

Université de Montréal

**L'articulation du circuit de la culture :
le cas de l'émission « Les Bougon : c'est aussi ça la vie »**

par

Fabienne Dumas

Département de communication
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître es sciences
en sciences de la communication

Mai 2006

© Fabienne Dumas, 2006



p

90

054

2006

Vol 6

Direction des bibliothèques

AVIS

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

**L'articulation du circuit de la culture :
le cas de l'émission « Les Bougon : c'est aussi ça la vie »**

présenté par

Fabienne Dumas

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Chantal Benoit-Barné

président-rapporteur

Dominique Meunier

directrice de recherche

Julianne Pidduck

membre du jury

Sommaire

À travers le *circuit de la culture*, cette recherche s'intéresse à la construction de sens d'une émission humoristique Québécoise. Malgré la grande popularité de ce genre d'émissions au Québec, celles-ci n'ont fait l'objet que de peu de recherches, mis à part sous forme de cotes d'écoute.

Le cadre théorique choisi est celui du *circuit de la culture* (Du Gay *et al.*, 1997). Dans ce cadre, la signification d'un produit culturel se construit dans et par l'articulation d'une série de processus culturels, distincts mais toujours interreliés, notamment la production, la consommation, la représentation, l'identité, et la régulation. Ainsi, cette recherche montre comment le sens d'une émission humoristique télévisée québécoise se construit, dans et à travers les différents moments de ce *circuit* et dans leurs articulations.

L'objectif est de montrer comment ces différents moments, loin d'être détachés les uns des autres, s'alimentent réciproquement et s'articulent les uns aux autres. Ainsi, la recherche souligne la circularité et la complexité du processus culturel.

C'est avec l'analyse de l'émission *Les Bougon*, qu'il a été possible de montrer un tel processus. Les analyses montrent notamment comment les différents moments participent, chacun à leur manière mais ensemble, à créer et faire vivre le personnage de *Junior*. Elles montrent aussi comment s'interpellent ces moments et illustrent la circularité et la dynamique du processus culturel, à travers ce que j'ai nommé « L'aventure du chat ». Finalement, cette recherche montre comment les éléments contextuels, sociaux et politiques, par exemple le scandale des commandites, participent eux aussi à l'articulation et à la circulation du sens dans *Les Bougon*.

Mots clés : circuit de la culture, construction de sens, articulation, humour, télévision, « Les Bougon », Cultural Studies.

Abstract

Using the model the *circuit of culture*, this research project analyses the construction of meaning in a television comedy-program broadcast in Québec. Despite the popularity of television comedies in Québec, little research has focused on them, besides audience ratings.

The conceptual framework guiding this research is the *circuit of culture* (Gay *et al.*, 1997). Within this framework, the meaning that an artefact comes to possess is constructed by and within the articulation of a series of cultural processes that are distinct yet always interrelated, notably within and through production, consumption, representation, identity, and regulation. Thus this research demonstrates how the meaning of a television comedy is constructed by and within the different moments of this *circuit* and in their connections.

The goal is to illustrate how these different moments, far from being detached from one another, interact, inflect one other and are interrelated. Therefore, this analysis highlights the circularity and complexity of the cultural process.

By means of interviews carried out with the authors, the producers, the broadcaster and nine viewers of the show entitled *Les Bougon*, it is possible to demonstrate how different moments participated in the creation of the character named Junior. The cat's story highlights the interaction between different moments, thereby illustrating the circularity and dynamism of the cultural process. Furthermore, the example of the sponsorship scandal illustrates how contextual, social and political elements participate in the articulation and circulation of meaning in *Les Bougon*.

Key words: circuit of culture, construction of meaning, articulation, humour, television, “Les Bougon”, Cultural Studies.

Table des matières

SOMMAIRE	III
ABSTRACT	IV
TABLE DES MATIÈRES	V
LISTE DES ANNEXES	VII
REMERCIEMENTS	IX
INTRODUCTION	10
 1 CADRE THÉORIQUE ET PROBLÉMATIQUE	 14
1.1 LES CULTURAL STUDIES	15
1.1.1 <i>Le rôle du Center for Contemporary Cultural Studies dans le développement des Cultural Studies britanniques</i>	15
1.1.2 <i>Qu'est-ce que les Cultural Studies?</i>	18
1.1.3 <i>Quelques concepts clés des Cultural Studies</i>	21
1.2 LA RECHERCHE D'UN AUDITOIRE: D'UN AUDITOIRE PASSIF À UN AUDITOIRE ACTIF	29
1.2.1 <i>La tradition des effets directs</i>	30
1.2.2 <i>L'émergence du paradigme des effets limités</i>	32
1.3 LES ÉTUDES DE LA RÉCEPTION SELON LE COURANT BRITANNIQUE DES CULTURAL STUDIES	37
1.4 ENCODAGE ET DÉCODAGE SELON STUART HALL	38
1.5 LE CIRCUIT DE LA CULTURE	42
1.6 LE GENRE COMME STRATÉGIE DE COMMUNICABILITÉ	51
1.7 ARGUMENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE	55
 2 METHODOLOGIE	 59
2.1 LE CHOIX DE L'APPROCHE	59
2.2 L'ENTREVUE SEMI-DIRIGÉE	63
2.3 LE CHOIX DU TERRAIN DE RECHERCHE	67
2.3.1 <i>Le travail de terrain</i>	69
2.3.2 <i>L'analyse des données, un vrai casse-tête</i>	74
2.3.3 <i>L'évaluation de la qualité du travail de recherche</i>	78
 3 ANALYSE ET DISCUSSION : LES PORTES QUE J'AI OUVERTES	 81
3.1 JUNIOR BOUGON ET SES AMIS	83
3.1.1 <i>La création conjointe de Junior: un circuit dans le circuit</i>	83

3.1.2	<i>Les contraintes de la création: une articulation de la production et de la régulation</i>	87
3.1.3	<i>Junior et ses amis: articulation de la production, de l'identité et de la représentation</i>	93
3.2	LA MORT D'UN CHAT ET SA RÉSURRÉCTION	96
3.2.1	<i>L'articulation de la production, de la représentation et de la consommation</i>	97
3.2.2	<i>La résurrection d'un chat: articulation du circuit de la culture</i>	103
3.3	QUELQUES ÉLÉMENTS DE POUVOIR	110
3.3.1	<i>Le pouvoir omniprésent</i>	111
3.3.2	<i>La résistance omniprésente</i>	116
3.4	COMMUNIQUER PAR L'HUMOUR.....	119
3.4.1	<i>L'humour, une stratégie de communicabilité?</i>	119
3.4.2	<i>Se reconnaître dans l'humour</i>	124
3.5	L'ACTUALITÉ, GOMERY ET LES BOUGON	127
3.6	RETOUR SUR LA RECHERCHE	135
CONCLUSION		139
BIBLIOGRAPHIE		142
ANNEXES		X

Liste des annexes

Annexe 1 – Liste des personnes interrogées.....	xi
Annexe 2 – Grilles pour les entrevues semi-dirigées.....	xii
Annexe 3 - Denoncourt, Frédéric (2004). « Affreux, sales et méchants », <i>Voir</i> , 15.01.2004	xvi
Annexe 4 - Coudé-Lord, Michèle (2005). «Les Bougon accusés de cruauté animale», dans Journal de Montréal, 18.02.2005.	xix
Annexe 5 - Cousineau, Louise (2004). « Petits Bougon à la télé, gros Bougon dans la vie ». <i>La Presse</i> , Arts et spectacles, 13 janvier 2004.....	xxi
Annexe 6 - Routhier, Benoît (2004). « Les Bougon brassent la cabane et les Québécois sont-ils des tarés? » CommerceMonde.com, N°39, mars/mai 2004.	xxiii
Annexe 7 - Formulaire de consentement. pour les auteurs.....	xxv
Annexe 8 - Formulaire de consentement pour les téléspectateurs	xxvii

À Michaël et à mes parents

Remerciements

Ce mémoire a été toute une aventure. Une aventure parsemée de découvertes, d'apprentissages et d'émotions. Je remercie tous ceux qui ont su me guider à travers les différentes étapes de ce travail de recherche, de réflexion et de rédaction.

Je tiens à remercier sincèrement ma directrice de recherche Dominique Meunier pour son encadrement, ses conseils et sa gentillesse. Elle a su me guider tout au long de ce travail et m'amener à me surpasser pour permettre à ce mémoire de voir le jour.

À Michaël, qui m'a soutenue et encouragée durant ce travail de réflexion. Sa présence quotidienne à mes côtés, son amour, son écoute, son aide et sa patience m'ont grandement aidée durant ce périple intellectuel.

J'aimerais aussi remercier mes parents qui m'ont soutenue durant mes études, je vous en suis très reconnaissante. Vos encouragements et votre amour sont précieux. Merci de m'avoir servi d'exemple et de m'avoir enseigné la persévérance.

À ma famille, à mes amis, ainsi qu'à tous ceux qui, de près ou de loin, m'ont accompagnée sur le chemin de cette recherche, je vous remercie profondément.

Je désire également exprimer ma reconnaissance envers les participants de cette recherche. Merci aux auteurs de « Les Bougon : C'est aussi ça la vie » d'avoir créé cette émission. Vous avez rendu ma recherche non seulement intéressante, mais aussi divertissante.

Introduction

Pourquoi choisir un thème comme l'humour pour un sujet de recherche? Mon intérêt initial est motivé par des préférences personnelles. J'apprécie beaucoup l'humour, et le rire prend une grande place dans ma vie. Cependant, un intérêt personnel ne suffit pas toujours à justifier une recherche. D'ailleurs, il existe des « clubs du rire » où les gens se réunissent tout simplement pour rire ensemble, ce qui permettrait de se détendre, de créer une sensation de bien-être, d'évacuer le stress et de réduire le risque de maladies qui découlent de ce dernier. La pratique des clubs de rire a vu ses débuts grâce à quatre personnes dans un parc de Bombay, et est devenue depuis un mouvement international (www.clubderirequebec.com). On compte aujourd'hui 2500 clubs de rire à travers le monde: en Inde, aux États-Unis, en Australie, en Allemagne, en Suisse, en Suède, au Canada, etc. Nous voyons donc que l'humour représente un comportement social largement répandu et qu'il est hautement valorisé dans nos sociétés.

Cette valorisation se retrouve particulièrement au Québec où l'humour tient une grande place dans les médias. On peut penser par exemple, aux publicités qui se servent de l'humour pour promouvoir leurs produits, au très populaire festival *Juste pour rire* ou encore aux nombreuses émissions humoristiques diffusées à la télévision québécoise. Ce sont d'ailleurs à ces dernières que je m'intéresserai plus particulièrement, dans le cadre de ma recherche.

La pertinence des émissions humoristiques comme objet de recherche se comprend lorsque nous voyons le grand succès de ce genre d'émissions. L'émission québécoise « Un gars une fille » en est un excellent exemple. Cette émission a connu un grand succès ici, au Québec, ainsi que sur la scène internationale. Selon les sondages réalisés par l'entreprise « Bureau of Broadcast Measurement (BBM) », elle se place au sommet de la liste des émissions les plus regardées à Montréal entre les années 2000 et 2003. Par ailleurs, les sondages BBM nous montrent que les émissions humoristiques en général connaissent un grand succès dans la belle province. À l'automne 2002, trois des quatre

émissions télévisées les plus regardées étaient des émissions à contenu humoristique. La popularité de ces émissions souligne donc la pertinence de ce sujet de recherche.¹

L'émission *Les Bougon : C'est aussi ça la vie* est une de ces émissions humoristiques à succès et c'est elle que j'ai choisie d'analyser dans ce mémoire. Toutefois, ce n'est pas uniquement le succès de l'émission, mais aussi la controverse qu'elle a soulevée qui ont dirigé mon attention vers elle. En effet, par ses personnages et son contenu, l'émission *Les Bougon*, a suscité de nombreuses réactions dans la presse et dans la société québécoise. Pourquoi tant de réactions ? Dans une entrevue accordée au Journal *Voir* (Denoncourt, *Voir*, 2004, voir annexe 3), l'auteur dit que l'émission représente avant tout une critique du système et de ses faiblesses. Or, les commentaires de certains téléspectateurs (d'après les réactions consultées sur le site du journal *Voir*, Denoncourt, 2004) révèlent des réactions et interprétations fort variées. Certains comprennent le message critique de l'auteur, d'autres perçoivent une critique des assistés sociaux, et d'autres finalement y voient un « laissez-passer » pour la fraude. Comment peut-on comprendre une telle divergence ? Comment le sens qui est donné à cette émission est-il construit ?

Un des objectifs de ce mémoire est de mieux comprendre comment le sens d'une émission humoristique se construit. Je ne fais pas référence ici à un sens fixe et unifié, mais plutôt à un sens contextuel et conjoncturel. En effet, cette étude vise à montrer que la construction de sens représente un processus circulaire auquel participent divers acteurs, pratiques et événements, et dans lequel ils interviennent conjointement et simultanément dans une relation d'interdépendance. En analysant l'articulation de ce que j'ai appelé les différents moments ou processus culturels - à la suite de Du Gay, Hall, Janes, Mackay et Negus (1997) - de l'émission *Les Bougon*, cette recherche illustrera comment le sens accordé à cette émission se construit et circule par et à travers ces différents moments et leur articulation. L'analyse de l'émission *Les Bougon* ne vise donc pas à montrer quel sens cette émission se voit accordé par différents acteurs et à différents moments, mais à mieux comprendre le processus général qui mène aux

¹ http://www.bbm.ca/fr/donnes_sommaires.html

diverses significations. De plus, elle vise plus généralement à souligner la complexité, la circularité et l'interactivité du processus culturel.

Ce mémoire est composé de trois chapitres. Le premier chapitre pose les jalons théoriques de cette recherche, et présente, en première partie, les origines et les concepts clés des *Cultural Studies*, courant théorique à la base de cette recherche. En passant des modèles de la communication de masse linéaire à des conceptualisations plus complexes et circulaires, la deuxième partie s'attardera aux transformations théoriques dans le domaine des études médiatiques, afin de montrer comment certains chercheurs en sont arrivés à parler du *circuit de la culture*. Ensuite, ce chapitre proposera une réflexion sur la théorisation du genre à la télévision et sur le rôle que le celui-ci joue dans la construction et la circulation du sens accordé à une émission humoristique. Enfin, l'argumentation de la problématique permettra de présenter le questionnement de cette recherche.

Le deuxième chapitre décrit l'approche méthodologique que j'ai adoptée pour cette recherche, approche de type qualitatif et interprétatif. Je discuterai de la technique principale de collecte de données utilisée pour cette recherche, en soulignant sa pertinence pour cette recherche ainsi que ses avantages et désavantages. Ensuite, je présenterai le terrain de recherche en soulignant les raisons qui ont motivé ce choix. Finalement, le processus d'analyse sera explicité. Les éléments plus théoriques de ce chapitre seront entrelacés avec un compte rendu de mon travail de terrain et du processus d'analyse.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse et à la discussion du processus de construction de sens de l'émission *Les Bougon*. Les différentes parties de ce chapitre représentent des points d'articulations qui permettront non seulement de montrer l'articulation des différents moments du *circuit de la culture* dans le cas de cette émission, mais également d'illustrer comment le sens se construit et circule par et à travers ces moments. Ce chapitre abordera également quelques éléments de pouvoir et

les éléments contextuels qui participent à la construction du sens accordé à cette émission. Enfin, cette analyse permettra de mieux comprendre le rôle de l'humour dans ce processus.

Au terme de l'analyse et à travers le cas de l'émission *Les Bougon*, il sera possible de mieux comprendre comment le sens accordé à un artefact culturel se construit par l'articulation d'une série de processus culturels distincts. En analysant comment l'articulation du *circuit de la culture* opère dans un cas concret, cette étude permet d'illustrer le bien-fondé de ce modèle théorique et souligne la complexité et la circularité du processus culturel en général.

1. Cadre théorique et problématisation

Dans ce chapitre, je présenterai les origines des *Cultural Studies*, courant théorique à la base de cette recherche. Je présenterai tout d'abord le *Center for Contemporary Cultural Studies* à Birmingham qui est à l'origine de ce courant théorique. Le rôle du centre dans le développement des *Cultural Studies* ainsi que les divers terrains de recherche qui ont été élaborés au centre seront mis de l'avant. Par la suite, je propose un survol des origines théoriques, méthodologiques et disciplinaires des *Cultural Studies*. Après la description de ses origines, mon attention se portera sur quelques concepts clés des *Cultural Studies* qui sont particulièrement important pour cette recherche.

Après la description des bases théoriques, mon attention se dirigera vers la théorisation de la communication médiatique et particulièrement sur la conceptualisation de la réception. À travers certains auteurs, nous allons voir par exemple comment l'on est passé d'un auditoire passif à un auditoire actif en complexifiant le modèle de la communication médiatique, et comment, par la suite, on en est arrivé à parler du *circuit de la culture*. C'est dans ce modèle que s'inscrit cette recherche. Finalement, j'aborderai quelques éléments théoriques concernant le genre humoristique, afin de questionner le rôle qu'il joue dans le processus de construction de sens de l'émission *Les Bougon*. Je conclurai ce chapitre par l'argumentation de ma problématique de recherche et par la présentation de ma question de recherche.

1.1 Les *Cultural Studies*²

1.1.1 Le rôle du *Center for Contemporary Cultural Studies* dans le développement des *Cultural Studies* britanniques

C'est le *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) de Birmingham qui a adopté pour la première fois le terme *Cultural Studies* pour caractériser ses projets. Même si l'on commence à parler des *Cultural Studies* britanniques avec la parution des livres de Williams et Hoggart vers la fin des années cinquante, institutionnellement, le moment clé des *Cultural Studies* est la fondation du CCCS à Birmingham en 1964. Parmi les projets du CCCS, on trouve alors le journal « *Working Papers in Cultural Studies* », ainsi qu'une série de monographies. Mattelart et Neveu (1996) soulignent que le CCCS a contribué à défricher un ensemble de terrains de recherche autour des cultures populaires, des médias, ainsi que des questions liées aux identités sexuelles et ethniques. Il est important de noter que les travaux et démarches réalisées sous le nom du centre sont extrêmement hétérogènes.

Pour Nelson, Treichler et Grossberg (1992), le travail du centre culmine par l'émergence de nombreux domaines de recherche, par exemple, la théorie des sous-cultures. Mattelart et Neveu (1996) repèrent également un premier processus d'expansion des *Cultural Studies* dans les années soixante-dix, concentré justement autour de l'étude des cultures populaires et des sous-cultures. À ce moment, l'ensemble des changements sociaux représente une source d'intérêt particulière pour les chercheurs du CCCS qui analysent, par exemple, la fragmentation des styles de vie et des sous-cultures dans le milieu ouvrier. Les univers sociaux des jeunes, les conflits générationnels, la sociabilité familiale et l'identité collective de la classe ouvrière sont d'importants thèmes de recherche durant cette période.

Un autre domaine de recherche identifié par Nelson *et al.* (1992) est l'intérêt pour Gramsci, l'articulation et la lutte pour le contrôle du sens. Ces intérêts ont amené les

² Souvent, dans la littérature francophone européenne, les auteurs vont traduire le terme *Cultural Studies* par « études culturelles ». Dans ce mémoire, j'ai choisi cependant de garder le titre original anglais, car il me semble que la traduction française ne rend pas compte de l'ensemble des connotations que le terme anglais porte en lui.

chercheurs à s'intéresser aux questions du racisme, de l'hégémonie et du Tatcherisme. Mattelart et Neveu (1996) secondent cette affirmation. Pour eux, les *Cultural Studies* s'interrogent au sujet des rapports de pouvoir, des mécanismes de résistance et de la capacité de produire d'autres représentations légitimes de l'ordre social. Comme nous allons le voir, dans les *Cultural Studies*, la culture est envisagée comme site central de tension entre des mécanismes de domination et de résistance. On comprend alors la place importante occupée par la notion d'idéologie dominante et d'hégémonie dans le chantier des *Cultural Studies*, ainsi que les racines marxistes de ce courant théorique. Dans les travaux sur les cultures d'aujourd'hui ainsi que dans leur exploration historique, la fonction politique des cultures est problématisée à travers les catégories d'idéologie et d'hégémonie gramscienne.

Pour Mattelart et Neveu (1996), « appréhender les contenus idéologiques d'une culture n'est rien d'autre que de saisir, dans un contexte donné, en quoi les systèmes de valeurs, les représentations qu'elles recèlent œuvrent à stimuler des processus de résistance ou d'acceptation du monde social tel qu'il est » (Mattelart et Neveu, 1996, p.11). Le but de ce genre d'études est donc de comprendre en quoi le message véhiculé provoque l'acceptation ou le rejet de la vision du monde proposée. L'intérêt pour cette dialectique des résistances et des dominations a petit à petit dirigé l'attention des *Cultural Studies* vers l'étude des médias. Ce champ occupera une place de plus en plus importante dans les recherches menées par les chercheurs. Dans cette perspective, Cornell (1980, dans Hall, Hobson, Lowe et Willis, 1980) montre par exemple, comment, à travers les routines journalistiques télévisuelles, la construction du débat sur la politique salariale devient une présentation idéologiquement biaisée qui contribue à la domination idéologique du point de vue patronal.

Dans les années soixante-dix, les chercheurs du CCCS tentent également d'ouvrir la boîte noire de la réception. Comme nous allons voir, Stuart Hall et David Morley proposent une approche alternative au modèle de la seringue hypodermique (stimulus-réponse) en mettant l'accent sur les réponses dynamiques des audiences et les effets idéologiques des médias. Le modèle théorique *encoding/decoding* de Hall (1980, 1994a), aujourd'hui caractérisé comme un classique, témoigne de la préoccupation des chercheurs du *Centre de Birmingham* pour la réception des émissions télévisées.

Cependant, le domaine de la réception ne représente pas le seul élargissement du champ d'études du CCCS durant cette période. Nelson *et al.* (1992) notent que le féminisme a également alimenté les thèmes de réflexions des chercheurs, ils s'intéressent, par exemple, aux rôles des sexes et à la question des genres. Et plus récemment, inspirées par des questions de race, d'ethnicité et de post-colonialisme, les *Cultural Studies* se sont intéressées à savoir comment l'identité est elle-même articulée, vécue et mobilisée.

Les années quatre-vingt sont qualifiées par Mattelart et Neveu (1996) comme un « tournant ethnographique ». On peut constater un déplacement des questions de recherche et une évolution dans les méthodologies utilisées. Les chercheurs accordent un intérêt croissant à la réception des messages médiatiques et cherchent des méthodologies, par exemple l'ethnographie, qui permettent de mieux comprendre les différentes pratiques sociales concernant la réception. Ainsi, Lull (1983, dans Mattelart et Neveu, 1996) franchit les portes des foyers pour observer *in situ* les téléspectateurs. Dans le même sens, l'étude *Nationwide* de Brunson et Morley (1978) représente une double percée scientifique, car elle permet de vérifier empiriquement le bien-fondé du modèle théorique *encoding/decoding* proposé par Hall et montre en même temps ses faiblesses et ses lacunes.

De plus, les *Cultural Studies* se sont également intéressées pendant tout ce temps aux différentes politiques de la culture populaire. Les travaux sous l'égide des *Cultural Studies* connaissent le début d'une expansion à l'échelle mondiale dans la seconde moitié des années quatre-vingt. Un processus qui s'accélère dans les années quatre-vingt-dix avec une dispersion géographique vers l'Amérique du Nord, l'Amérique Latine et l'Australie.

Le CCCS a donc donné naissance aux *Cultural Studies* et les terrains de recherches explorés au centre ont marqué l'évolution de ces dernières dans le reste du monde. Après ce survol des origines britanniques des *Cultural Studies*, je tourne mon attention vers les *Cultural Studies* en général pour m'attarder à ses origines théoriques, méthodologiques et disciplinaires.

1.1.2 Qu'est-ce que les *Cultural Studies* ?

D'emblée, il est important de préciser que les *Cultural Studies* ne représentent pas une approche unifiée et homogène, faisant l'unanimité parmi la communauté intellectuelle concernée. Nelson *et al.* (1992) soulignent ainsi qu'il est impossible de se mettre d'accord sur une définition ou une narration unique des *Cultural Studies*. Il faut dire que celles-ci se sont développées différemment, selon les pays, notamment dans des contextes sociaux, historiques, politiques, économiques fort différents. Malgré tout, il est possible de rendre compte de certaines bases théoriques, de certaines positions et de différents postulats qui rallient les différents chercheurs revendiquant une appartenance aux *Cultural Studies*.

L'alchimie des *Cultural Studies*

Les *Cultural Studies* ne représentent pas un ensemble de théories et de méthodes homogènes. Ainsi, selon Hall (1992):

« Cultural Studies has multiple discourses; it has a number of different histories. It is a whole set of formations; it has its own different conjunctures and moments in the past. It included many different kinds of work [...] It always was a set of unstable formations [...] It had many trajectories; many people had and have different trajectories through it; it was constructed by a number of different methodologies and theoretical positions, all of them in contention. » (Hall, S., 1992, p.278)

Puisque les *Cultural Studies* puisent leurs questionnements à différentes sources, principalement philosophiques, l'hétérogénéité leurs positions théoriques et méthodologiques ne peuvent être identifiées à un seul paradigme ou à une tradition.

Selon Storey (2003), les *Cultural Studies* puisent leur origines théoriques dans divers pays d'Europe comme la France (Louis Althusser, Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Michel de Certeau, Michel Foucault, Jacques Lacan), l'Autriche (Sigmund Freud), l'Allemagne (Karl Marx), l'Italie (Antonio Gramsci), la Russie (Mikhail Bakhtin, Valentin Volosinov) et la Suisse (Ferdinand de Saussure). Parmi les philosophies qui inspirent les *Cultural Studies*, on retrouve le marxisme, la phénoménologie,

l'herméneutique, le pragmatisme, le poststructuralisme et le postmodernisme. Mattelart et Neveu (1996) comparent par exemple le *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS) de Birmingham, à « un extraordinaire foyer d'animation scientifique, fonctionnant comme la plaque tournante d'un travail multiforme d'importation et d'adaptation de théories » (Mattelart et Neveu, 1996, p.8). La sémiologie, le structuralisme, l'école critique de Francfort, l'école de Chicago et le marxisme sont quelques uns des courant théoriques qui ont influencé les travaux réalisés au centre.

De plus, ces *Cultural Studies* n'ont pas de base disciplinaire stable. Elles se servent de tous les domaines nécessaires pour produire le savoir essentiel pour un projet particulier. En raison de cette hétérogénéité théorique, méthodologique et disciplinaire, Nelson *et al.* (1992) comparent les *Cultural Studies* à un processus ressemblant à l'alchimie qui vise à produire du savoir au sujet de la culture humaine.

Les *Cultural Studies* n'ont finalement pas de méthodologie distincte qui leur est clairement associée. Elles refusent d'adopter une méthode de recherche sans regard critique. De plus, parce que toutes les méthodes peuvent apporter un regard nouveau et une connaissance importante, il faut prendre toutes les méthodologies en considération avant de choisir celle qui est la plus pertinente pour le projet. Les *Cultural Studies* ne privilégient donc aucune méthodologie *a priori* et elles n'en excluent aucune. Nelson *et al.* (1992) comparent le choix des méthodes et des pratiques à un bricolage et ils soulignent que ce choix est guidé par une stratégie pragmatique et une attitude réflexive. Autrement dit, le choix des méthodes de recherche dépend des questions que le chercheur se pose, et ses questions dépendent de leurs contextes. L'analyse de texte, la sémiotique, la déconstruction, l'ethnographie, l'entrevue, la psychanalyse et l'analyse de contenu font partie de l'éventail de méthodologies dans lesquelles les *Cultural Studies* vont puiser pour leurs projets de recherche.

Qu'est-ce qui est fait sous l'étiquette des Cultural Studies ?

Johnson, Chambers, Raghuram et Tincknell (2004) affirment que les *Cultural Studies* sont une tradition de recherche qui s'intéresse à la culture comme source de pouvoir, de différence et d'émancipation. Ils ajoutent qu'elle est fortement liée aux mouvements

sociaux et à la critique culturelle. C'est aussi une façon de garder un pied dans le milieu académique, sans se conformer totalement à ses traditions. En effet, les *Cultural Studies* sont critiques vis-à-vis des limites qu'elles voient au domaine académique, plutôt contraint, tant sur le plan de la théorie, de la méthodologie et des sujets de recherche. Cependant, elles se servent des ressources offertes au sein de la communauté académique et les adaptent selon leurs besoins. Pour Grossberg (2003), les *Cultural Studies* s'engagent vis-à-vis d'un style et d'une pratique particulière du travail intellectuel et vis-à-vis d'un postulat selon lequel leur travail intellectuel doit servir à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution universitaire. Les *Cultural Studies* sont pour lui une façon « de politiser la théorie et de théoriser la politique » (ibid., p8.).

De plus, les *Cultural Studies* essayent de trouver une pratique intellectuelle qui appartienne au contexte changeant dans lequel elle s'exerce, car le savoir, la politique ainsi que leurs outils de production sont toujours, inévitablement, contextuellement liés. En effet, les *Cultural Studies* visent une contextualisation du travail politique et intellectuel. Le contexte définit à la fois leurs objets et leurs pratiques de recherche. L'identité, la signification et les effets des événements, des textes ou des pratiques spécifiques ne peuvent pas être compris en dehors du contexte qui les entoure. Autrement dit, pour comprendre les significations de ces diverses pratiques, il est nécessaire de les situer à l'intérieur de relations sociales plus larges. C'est ce que Grossberg (2003) appelle le contextualisme radical, ce qui représente pour lui le cœur des *Cultural Studies*. Ce contextualisme radical trouve son expression, par exemple, dans le concept d'articulation (ibid.), concept clé pour ce travail de recherche dont nous allons parler plus tard.

De la même façon que les origines théoriques et méthodologiques des *Cultural Studies* sont ancrées dans diverses philosophies, les intérêts de recherche de celles-ci proviennent également de multiples endroits. O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery et Fiske (1994) ainsi que Grossberg (2003) offrent une définition générale des intérêts des *Cultural Studies* en affirmant qu'elles s'intéressent aux relations existant entre les relations sociales et les significations. Grossberg explique:

[qu'] elles s'occupent de décrire et d'intervenir dans les modalités qui régissent la production, l'insertion et le fonctionnement des « textes » et

des « discours » (c'est-à-dire des pratiques culturelles) dans la vie quotidienne des êtres humains et des formations sociales, afin de reproduire, de lutter contre et peut-être de transformer les structures de pouvoir existantes. (Grossberg, 2003, p.43)

De plus, pour Grossberg (2003), les *Cultural Studies* décrivent la manière dont la vie quotidienne des gens est articulée par et avec la culture. Elles essayent aussi de comprendre comment le quotidien est lié aux divers éléments de pouvoir et analysent les structures qui font en sorte que certaines personnes profitent du pouvoir pendant que d'autres en sont privées. Dans la même perspective, les *Cultural Studies* s'intéressent à comprendre comment les pratiques culturelles³ organisent les relations de pouvoir. Mais, comme le dit Grossberg dans la citation précédente, les *Cultural Studies* essaient non seulement de comprendre les formes d'organisation du pouvoir, elles tentent également de connaître les possibilités de survie, de lutte, de résistance et de changement de ces relations. Elles tentent de mieux comprendre les relations de pouvoir dans le but qu'un tel savoir puisse donner aux gens des outils pour changer le contexte et les relations de pouvoir.

1.1.3 Quelques concepts clés des *Cultural Studies*

Il y a un certain nombre de concepts porteurs, auprès des chercheurs qui appartiennent au courant des *Cultural Studies*, notamment les concepts de culture, d'hégémonie, de culture populaire, d'articulation, etc. Ces concepts ont été mobilisés dans le cadre de la définition de la problématique. Ainsi, nous verrons comment ils s'articulent par rapport à notre cas dans la section analyse et interprétation. Les paragraphes qui suivent présenteront donc ces concepts fondamentaux.

³ Pour les *Cultural Studies* la culture représente un processus, une série de pratiques. Les pratiques culturelles sont importantes, car ce sont les participants d'une culture qui accordent le sens aux personnes, aux objets et aux événements. C'est par les usages, par les mots que nous utilisons pour les décrire, par notre façon d'y penser et par nos sentiments à leurs sujets que nous accordons du sens aux choses. C'est donc à travers ces pratiques culturelles que nous produisons le sens et c'est pourquoi les *Cultural Studies* s'intéressent aux pratiques culturelles.

Les Cultural Studies, le concept de culture et la notion de sens

Un des concepts au cœur des *Cultural Studies* est celui de la culture. Les *Cultural Studies* travaillent avec ce que Storey (2003) appelle une définition inclusive de la culture, c'est-à-dire qu'elles reconnaissent la polysémie de ce concept, ce qui, selon Grossberg (2003), en fait leur originalité. Alors que d'autres chercheurs ont choisi d'analyser le domaine symbolique ou le domaine matériel de la culture, les *Cultural Studies* abordent et unissent les différentes acceptions du terme. Pour elles, la culture représente les activités de la vie symbolique comme l'élaboration du sens, des significations, des représentations, etc. Cette élaboration se réalise par et dans des « textes »⁴ que nous rencontrons dans nos vies quotidiennes. Le terme « texte » représente ici un lieu où le sens est construit à travers une multitude d'acteurs (Frow et Morris, 1996). La culture est donc construite par la production, la circulation et la consommation de sens. Lorsque des personnes interprètent le monde de façon similaire, on peut dire qu'ils partagent la même culture.

C'est également un mode de vie englobant les conduites, les relations, les institutions, etc. Les *Cultural Studies* analysent les relations entre les pratiques culturelles et les discours. Les chercheurs appartenant à cette tradition s'engagent alors à étudier l'éventail complet des croyances, des institutions et des pratiques d'une société.

Pour Du Gay et al. (1997), nos cerveaux sont pleins de savoirs, d'idées et d'images sur la société, sur la façon dont elle fonctionne et sur ce qu'elle signifie, et ces éléments représentent des cartes de référence. Le fait de faire partie d'une culture nous fournit

⁴ Les termes « texte » et « message » font référence à une structure de signifiants composée de signes et de codes qui est essentielle à la communication (O'Sullivan *et al.*, 1994) Cette structure de signifiants peut prendre une variété de formes comme la parole, l'écriture, un film, une image, un style, un geste, etc. Même si les deux termes sont fréquemment utilisés de façon interchangeable, O'Sullivan *et al.* (ibid.) notent qu'il existe des différences entre ces deux termes. Le terme « texte » fait, selon eux, habituellement référence à un message qui a une existence physique qui lui est propre, c'est-à-dire indépendamment de l'émetteur et du récepteur, et qui est composé de codes représentatifs. On parle par exemple d'un livre, d'un enregistrement, d'une lettre, d'une photo, mais aussi de l'enregistrement d'une émission télévisée ou de la retranscription d'un discours. Le terme « message » est surtout utilisé avec la définition de : « ce qui a été transmis ». Le terme « texte » provient de la linguistique et de la sémiotique, et il sous-entend être « ce qui est nécessaire pour générer et échanger du sens ». Le « texte » est constitué d'un réseau de codes qui opèrent à différents niveaux et qui sont capable de produire une variété de significations, dépendant de l'expérience socio-culturelle du lecteur.

l'accès à ce genre de cadres de références communs ou cartes signifiantes (*maps of meaning*), que nous utilisons pour comprendre et donner du sens au monde; pour formuler, communiquer et échanger des idées et leurs significations. Les cadres de références représentent en quelque sorte le savoir-faire culturel dont nous disposons. Le sens est donc intrinsèque à notre définition de culture. C'est parce que nous appartenons à une culture que nous construisons du sens d'une certaine manière. Un objet fait partie de notre culture parce que nous lui accordons une signification, il devient ainsi un artefact culturel.

Le sens nous aide à interpréter et à classifier le monde de façon signifiante. Les significations représentent le lien entre le monde matériel et le monde du langage, de la pensée et de la communication. Ainsi, le sens que l'on donne à un objet représente le lien entre l'objet lui-même et le symbole que nous utilisons pour y penser et en parler. Le sens est essentiel à la définition de culture. En effet, comme Williams le soulignait (dans Du Gay *et al.*, 1997), la culture est une description d'un mode de vie particulier qui exprime certaines significations et valeurs. Le sens ou la valeur qu'une société attribue à des objets et des événements est un reflet de ses relations sociales et institutionnelles.

Hall (1997) note que le tournant culturel dans les sciences humaines et sociales a amené une redéfinition de la notion de sens. Traditionnellement, on pensait que les choses existaient dans le monde matériel et naturel et que leurs caractéristiques matérielles et naturelles les déterminaient ou les constituaient. Dans cette vision, les choses possèdent une signification en dehors de leurs représentations. Ainsi, la représentation est un processus secondaire, qui entre en jeu uniquement après que la signification d'une chose ait déjà été établie. La représentation est alors uniquement un reflet d'un objet qui porte déjà une signification en lui. Après ce tournant culturel, on envisage que le sens est produit et construit socialement. La représentation n'est plus uniquement un reflet d'un objet déjà entièrement formé, mais elle fait partie de l'objet lui-même et participe à la construction du sens qu'on lui accorde.

Dans l'analyse de la culture, les *Cultural Studies* accentuent particulièrement l'analyse du processus de la production et de la circulation de sens. Comme nous l'avons vu auparavant, les *Cultural Studies* veulent savoir comment le sens est produit. Elles se demandent alors : quelles significations sont partagées ou contestées par différents groupes de la société ? Quelles contre-significations circulent dans la société ? Elles se questionnent aussi sur la lutte entre différents ensembles de significations et tentent de comprendre comment ceux-ci reflètent le jeu du pouvoir et de la résistance dans la société.

Les *Cultural Studies* considèrent que les « textes » qui constituent la culture sont polysémiques, c'est-à-dire qu'ils peuvent être rendus signifiants de différentes façons. Un « texte » ou une pratique n'est pas la source dont le sens issu, mais il est le site où l'articulation du sens a lieu. Les « textes » peuvent être articulés avec différents accents par des gens différents dans des contextes différents. Le sens est donc le résultat d'une production sociale, car ce sont les individus qui déterminent quel sens ils accordent à un texte. C'est parce que l'on peut donner différentes significations à un texte, à une pratique ou à un événement que cette signification est un site potentiel de conflit. La culture est donc, pour les *Cultural Studies*, un site majeur de lutte idéologique, un terrain d'assentiment ou de résistance, un site où l'hégémonie peut être gagnée ou perdue. La bataille entre la culture et le pouvoir se joue donc sur le terrain de la signification.

C'est dans cette lutte hégémonique et idéologique que l'on retrouve la relation entre la culture et le pouvoir. Cette relation représente un intérêt clé des *Cultural Studies*. Selon Grossberg (2003), les *Cultural Studies* définissent la culture comme un lieu où le pouvoir est produit, où se tient le combat pour le contrôle de ce pouvoir. Le pouvoir doit, dans ce cas, être compris comme une relation de forces inégales, qui sert les intérêts d'une partie de la population. Cette conception de la relation entre la culture et le pouvoir est, selon Storey (2003), fortement influencée par les travaux de Gramsci et Foucault.

Les Cultural Studies, le concept d'hégémonie et de culture populaire

Un autre concept porteur auprès des chercheurs appartenant au courant des *Cultural Studies* est le concept d'hégémonie. Comme nous l'avons vu auparavant, les *Cultural Studies* conçoivent la culture comme lieu où l'on débat le sens accordé aux textes, aux pratiques et aux événements. En raison de cette lutte, les *Cultural Studies* conçoivent la culture comme étant étroitement liée au pouvoir. Le concept d'hégémonie, élaboré par Gramsci dans les années trente, est souvent repris par les *Cultural Studies*. Il réfère principalement à la capacité de la classe dominante d'exercer le leadership social et culturel. Par ce leadership, la classe dominante arrive à maintenir le pouvoir et le contrôle sur la direction politique, économique et culturelle de la nation (O'Sullivan *et al.*, 1994). O'Sullivan *et al.* (1994) soulignent que l'aspect crucial de la notion d'hégémonie ne repose pas sur le fait qu'elle force les gens, contre leur volonté ou leur jugement, à céder le pouvoir à ceux qui sont déjà puissants, mais qu'elle cherche leur consentement par rapport aux façons dont elle rend le monde signifiant. En d'autres termes, la classe dominante contrôle la façon dont le monde est interprété en ayant le consentement des groupes subordonnés, et ces interprétations sont parfaitement ajustées aux intérêts de cette classe dominante.

Selon O'Sullivan *et al.* (1994), les *Cultural Studies* se servent du concept d'hégémonie pour montrer comment les significations quotidiennes, les représentations et les pratiques sont organisées et rendues signifiantes dans le but que les intérêts de la classe dominante paraissent, naturellement et inévitablement, d'intérêt général. L'hégémonie opère par la naturalisation d'une idéologie de classe et la transforme en sens commun.

Storey (1996) souligne que la théorie de l'hégémonie néo-gramscienne insiste sur la dialectique entre le processus de production et les pratiques de consommation. Le consommateur rencontre un texte, un objet ou une pratique résultant des conditions de la production. Mais de la même façon, le texte ou la pratique est confronté à un consommateur qui lui-même, par son utilisation, produit une série de significations. Celles-ci ne peuvent pas être déduites uniquement de la matérialité du texte ou de la pratique. La signification accordée à un objet est donc le résultat d'une construction conjointe et de cette relation dialectique entre la production et la consommation.

Selon Storey (1996), la théorie de l'hégémonie mobilisée par les *Cultural Studies* n'opère pas toujours selon la formule gramscienne. Celles-ci ont en effet retravaillé, élargi et élaboré le concept d'hégémonie pour qu'il puisse être utilisé dans d'autres domaines de lutte sociale. Alors que Gramsci se servait de ce concept pour expliquer et explorer les relations de pouvoir articulées en termes de classe, les *Cultural Studies* ont étendu le concept pour y intégrer, par exemple, la question du genre, la question de la race et la question du sens et celle du plaisir.

Par ailleurs, l'introduction du concept d'hégémonie dans les *Cultural Studies* a, selon Storey (2003), amené une redéfinition de la notion de culture populaire.

En effet, les chercheurs appartenant aux *Cultural Studies* ont rallié deux visions jusque là opposées de penser la culture populaire. La première vision considère la culture populaire comme étant imposée par les industries culturelles capitalistes. Il s'agit d'une culture imposée par la classe dominante à des fins de profit et de manipulation idéologique. Cette conceptualisation de la culture populaire peut, par exemple, être retrouvée dans l'école de Francfort, dans le structuralisme et dans l'économie politique. Selon la deuxième vision, la culture populaire émerge spontanément du bas de l'échelle sociale. C'est-à-dire qu'elle représente la voix authentique du peuple, de la classe ouvrière ou des sous cultures. C'est par exemple dans le culturalisme et dans l'histoire sociale que l'on retrouve cette pensée.

Toutefois, du point de vue des *Cultural Studies* et selon Storey (2003), la culture populaire ne représente ni la voix authentique du peuple, ni une culture imposée par les industries culturelles, mais elle représente un compromis, un mélange, entre ces deux visions. La culture populaire est à la fois imposée par les forces dominantes et produite par le peuple. Elle représente simultanément le commercial et l'authentique. Pour Gramsci, nous produisons la culture et nous sommes produits par la culture (Storey 1994). Il ne suffit donc pas de célébrer la voix du peuple, ni d'analyser les structures de pouvoir, mais il faut plutôt garder en tête la dialectique qui se joue entre la production et la consommation.

Le concept d'hégémonie a également amené les *Cultural Studies* à envisager la culture populaire comme un site de production et de reproduction hégémonique. Les sociétés

capitalistes et industrialisées sont structurées autour de grandes divisions iniques en terme de genre, de race, de génération, de sexualité, de classe sociale, etc. Pour les *Cultural Studies*, la culture populaire est l'un des principaux sites où ces divisions sont établies et contestées. Elle est donc l'arène dans laquelle a lieu la bataille et la négociation entre les intérêts de la classe dominante et ceux des classes subordonnées. Ce recadrage de la notion de culture populaire justifie, selon moi, la pertinence de l'analyse scientifique des artefacts culturels issus de la culture populaire comme par exemple une émission de télévision.

Le concept d'articulation

Tout comme le concept de culture, l'articulation est un concept fondamental dans la réflexion théorique des chercheurs des *Cultural Studies*. Celui-ci sera particulièrement utile à cette analyse.

Pour Hall (1996), le concept d'articulation joue avec le double sens de ce mot. Au sens premier articuler veut dire prononcer clairement. Mais l'articulation c'est aussi un assemblage d'éléments séparés. Une articulation est alors la forme de la connexion qui peut, sous certaines conditions, faire l'union de différents éléments. C'est un lien qui n'est pas nécessaire, déterminé, absolu ou essentiel, mais plutôt contextuel et conjoncturel. La théorie de l'articulation est donc « une façon de comprendre comment, sous certaines conditions, des éléments idéologiques viennent à tenir ensemble au sein d'un discours, et une façon de questionner comment ils sont articulés ou non, dans une conjoncture particulière, à certains sujets politiques » (ma traduction, Hall, 1996, p.141-142).

De ce point de vue, le texte est le site où l'articulation de sens – variables et différents – peut être réalisée. C'est parce que les « textes » sont polysémiques, qu'ils peuvent être articulés avec différents accents, par des personnes différentes et dans des contextes différents.

Pour Grossberg, « l'articulation est la pratique qui consiste à faire, défaire et refaire des relations, à établir de nouvelles relations à partir d'anciennes relations ou de non-relations, à dessiner des lignes et à tracer des connexions » (Grossberg, 2003, p.45). Pour

lui, le concept d'articulation est d'un côté « un modèle [...] de la production de contextes et de pouvoir » (ibid.), et, d'un autre côté, un modèle « pour la pratique méthodologique ou analytique des *Cultural Studies* » (ibid.). Au plan analytique, l'articulation exige selon Grossberg (2003) à la fois la déconstruction et la reconstruction. Il faut être conscient que tout ce qui se présente sous l'aspect de totalité ou d'entité a été forgé à partir d'éléments séparés, des éléments qui ont été articulés pour donner une apparence d'un tout. Quand quelque chose se présente dans cette forme complète, il semble que l'acte d'articulation ait été effacé. Le chercheur doit alors redécouvrir cette articulation, la déconstruire et la reconstruire d'une autre manière pour comprendre et expliquer un phénomène.

Grossberg (ibid.) décrit le concept d'articulation comme la version *Cultural Studies* du constructivisme. La réalité représente une construction sociale, car elle est une organisation ou une configuration complexe qui doit être assemblée. Le concept d'articulation permet de rendre compte de cet assemblage.

En résumé, le concept d'articulation sera central pour cette analyse, car il permet de comprendre et de montrer comment l'on accorde du sens à un produit culturel. En déconstruisant l'articulation première des pratiques sociales et discursives de l'émission *Les Bougon : c'est aussi ça la vie*, il sera possible de les réarticuler d'une manière différente afin de comprendre le processus de construction de sens de cette émission. À l'aide du concept d'articulation je montrerai comment le sens d'un produit culturel se construit et s'articule dans différents moments et par différents acteurs⁵, et comment il circule.

Par ailleurs, en envisageant la culture comme production et reproduction sociale du sens, des significations et de la connaissance, comme proposé par les *Cultural Studies*, cette recherche s'intéresse au sens qu'un objet culturel se voit attribuer. Les concepts d'hégémonie et de culture populaire sont donc pertinents pour cette recherche. Ces concepts offrent un cadre théorique pour l'analyse d'un objet issu de cette culture

⁵ Le terme « acteur » fortement connoté dans la littérature, représente dans ce mémoire quelqu'un ou quelque chose qui participe au processus culturel.

populaire. C'est donc cette voie que j'ai choisi pour envisager la culture populaire. Elle me permet de voir la culture populaire comme un lieu de lutte idéologique et comme le résultat d'une dialectique entre la production et la consommation. De plus, la culture populaire étant un site majeur de production et de reproduction hégémonique, le concept d'hégémonie me permet de montrer quelles sont les relations de pouvoir autour d'une émission humoristique et comment ces relations de pouvoir opèrent dans le cas des Bougon.

Après la description des origines, des positions, des postulats et de quelques concepts clés des *Cultural Studies* et de ma recherche, je tournerai mon attention maintenant vers l'analyse des médias et, plus particulièrement, vers l'étude de la réception et des auditoires. En effet, cette question, fort importante pour les chercheurs en communication, a toujours été une préoccupation pour les chercheurs des *Cultural Studies*. Pour ce projet, il est important de prendre en considération l'auditoire, car comme nous allons le voir, celui-ci participe au processus culturel et à la construction de sens de *Les Bougon*.

Dans les pages qui suivent, je présenterai donc, brièvement, tout d'abord les différentes façons dont la communication de masse et la réception ont été conceptualisées traditionnellement. Puis, j'exposerai comment la communication médiatique, l'auditoire et la réception ont été conceptualisés par les tenants des *Cultural Studies*.

1.2 La recherche d'un auditoire : d'un auditoire passif à un auditoire actif

Pour Proulx et Bélanger (2003), l'analyse de la réception des messages est associée à deux paradigmes, soit le « paradigme des effets directs » et le « paradigme des effets limités ». Ceux-ci se différencient dans l'importance du rôle d'interprète qu'ils accordent au récepteur.

1.2.1. La tradition des effets directs

L'impact de la propagande

C'est dans les années trente que les chercheurs ont commencé à s'attarder à l'auditoire des médias. Les chercheurs s'intéressaient particulièrement à savoir comment les moyens de communication comme la radio, le télégraphe, le téléphone et le cinéma permettaient de véhiculer une certaine propagande. Selon Mattelart et Mattelart (2004), les chercheurs du courant de la *Mass Communication Research* comme Lasswell (1927, dans Mattelart et Mattelart, 2004) et Tchakhotine (1939, dans Mattelart et Mattelart, 2004) soulignent que les moyens de communication représentent un outil indispensable à la gestion gouvernementale des opinions. Selon eux, la propagande constitue le seul moyen de susciter l'adhésion des masses. Dans cette pensée de la communication de masse, on explique que les médias omniprésents ont des effets puissants et directs sur un public passif et vulnérable. On craint alors les effets des médias sur les personnes plus faibles de la société, notamment les femmes, les enfants et les moins instruits. Tout comme dans le modèle de stimulus-réponse, ces chercheurs envisagent l'auditoire comme une cible amorphe qui obéit aveuglement à un stimulus. La métaphore de la « seringue hypodermique » est souvent utilisée pour caractériser les effets directs et indifférenciés des médias sur les individus (Proulx et Bélanger, 2003). Cette idée de la toute-puissance des médias et de la propagande trouve un terrain fertile en recherche, dans le contexte de l'avant guerre et des théories psychologiques comme le béhaviourisme et la théorie du conditionnement pavlovien.

La sociologie fonctionnaliste des médias

C'est avec la formule *Qui dit quoi par quel canal à qui et avec quel effet* que Lasswell dote la sociologie fonctionnaliste des médias d'un cadre conceptuel. Durant cette période, les chercheurs visent à savoir comment la fréquentation des médias influence les changements de comportements, d'attitudes, d'opinions, de connaissances et d'émotions chez les téléspectateurs (Proulx et Bélanger 2003). En d'autres termes, ces recherches visent elles aussi à découvrir les « effets » des média sur l'auditoire.

Les premières recherches fonctionnalistes, axées sur les « effets », considèrent le téléspectateur comme un consommateur passif de messages, victime d'effets idéologiques transmis par la télévision (Barker 1997). Cette théorie suggère que la communication de masse possède un grand pouvoir, auquel l'auditoire est extrêmement vulnérable. Elle propose également que lorsque le message touche la cible, c'est-à-dire le téléspectateur, il produira l'effet désiré. Les membres de l'auditoire sont envisagés comme des individus isolés les uns des autres et comme des cibles vulnérables facilement influencées (ibid). Ce genre de conception était utilisé par exemple par Lasswell (1948, dans Mattelart et Mattelart, 2004), par Lazarsfeld et Merton (1949, dans Mattelart et Mattelart, 2004) et par Parsons (1937, dans Mattelart et Mattelart, 2004). Proulx et Bélanger (2003) constatent que la pensée positiviste fait une forte percée dans les sciences sociales durant cette époque. En effet, pour les chercheurs appartenant au courant de la sociologie fonctionnaliste, les « effets » des médias représentent des unités comportementales que l'on peut mesurer et quantifier, grâce aux méthodes expérimentales et à des enquêtes quantitatives et statistiques.

Ainsi, dans le paradigme des effets directs, le rôle accordé au récepteur est minime, on présume que le récepteur adopte le contenu du message passivement et à l'identique. Un auditoire passif ne fait que recevoir et accepter un message dont la signification a été prédéterminée et inscrite par l'émetteur. Cette vision de la réception est simpliste et réductrice, car le récepteur n'a aucune participation dans le processus de communication, mis à part la réception et l'acceptation d'un message envoyé par l'émetteur.

Quelques critiques

La conceptualisation de l'auditoire à travers la métaphore de la « seringue hypodermique » a été l'objet de maintes critiques. Par exemple, on reproche au modèle de se concentrer sur les comportements de l'auditoire à court terme au lieu de considérer les significations que ce dernier utilise et construit (Barker, 1997). De plus, il ne différencie pas les différents groupes sociaux et ne prend pas en considération les significations que ceux-ci accordent aux messages et à la pratique télévisuelle (ibid.). De

plus, les études n'ont pas réussi à montrer les supposés effets de la télévision (ibid.). Au contraire, Severin et Tankard (2001) notent que le message n'a pas le même effet sur tous les individus, car les effets du message dépendent d'une série de variables personnelles, situationnelles et contextuelles.

De leur côté, les recherches fonctionnalistes des effets reposent sur la supposition que le sens réside dans le texte et qu'il est lié à l'intention de l'auteur. Selon Barker (1997), cette supposition fut critiquée de deux façons : premièrement, l'intention de l'auteur ne peut pas être retrouvée dans le texte, et deuxièmement, même si elle était identifiable, les intentions de l'auteur ne peuvent pas ordonner le sens que le lecteur/l'auditoire lui accorde. Soutenant ces critiques, Gadamer (dans Barker 1997) souligne que l'acte de comprendre se fait toujours de la position et du point de vue du lecteur. La relation entre le texte et son auditoire serait donc interactive et représenterait un processus de création. Ainsi, la réception ne représente plus un acte de reproduction de significations prédéterminées et inscrites dans le texte, mais une production de sens en elle-même. De ce fait, l'auditoire joue un rôle actif dans la construction du sens. Barker (1997) souligne que le texte peut guider le lecteur en structurant des aspects du sens, mais il ne peut pas fixer le sens. Le sens représente le résultat d'un dialogue entre le texte et le lecteur, une oscillation entre le texte et l'imagination du lecteur. Cette oscillation est possible parce que le texte est polysémique, c'est-à-dire qu'il est possible d'en construire différentes significations. Pour Barker (ibid.) le texte contient des « indéterminations » et des « lacunes », que le lecteur identifie et comble lors de la « lecture ».

1.2.2. L'émergence du paradigme des effets limités

Selon l'approche des effets limités, la communication médiatique ne cause pas nécessairement et exclusivement des effets sur l'auditoire, mais fonctionne plutôt dans et à travers une série de facteurs et d'influences médiateurs. Comme nous allons voir, ces facteurs médiateurs incluent les processus sélectifs (perception sélective, exposition sélective et rétention sélective de l'information), les dynamiques de groupe, les normes de groupe et les leaders d'opinion.

L'évolution du paradigme des effets limités passe, selon Proulx et Bélanger (2003), par trois étapes : l'hypothèse du double flux de la communication, le modèle des usages et des gratifications et l'analyse de la réception

Le flux de la communication en deux temps

Dans les années quarante et cinquante, le sociologue Paul Lazarsfeld et ses équipes de recherche se distancient du paradigme des effets directs et amorcent une nouvelle tradition de recherche sur l'impact des médias, en postulant qu'il existe un élément intermédiaire entre le point initial et le point final du processus de communication.

En 1955, Lazarsfeld et Katz exposent cette nouvelle hypothèse du flux de la communication en deux temps (*two-step flow of communication*). Selon ces auteurs, le message médiatique est filtré par des intermédiaires, les leaders d'opinion (Proulx et Bélanger, 2003). « [l'] articulation essentielle du nouveau paradigme, le modèle des deux étapes du flux de la communication confère à des « leaders d'opinion » un rôle décisif : celui de constituer des relais ou des médiations entre les messages de communication de masse et les publics » (Dayan, 1989, p.93-94). Ainsi, les chercheurs remettent en question le principe mécanique lasswellien des effets directs et indifférenciés. Le public devient capable de sélectivité grâce à la médiation des leaders faisant partie de leurs réseaux interpersonnels. La sélectivité et l'influence interpersonnelle sont les deux principes psychosociaux par lesquels cette approche explique l'influence restreinte des médias (Proulx et Bélanger, 2003).

L'approche des « Uses and Gratifications »

Dans les années soixante-dix, on ne se demande plus ce que les médias font aux gens, on se questionne plutôt sur ce que les gens font avec les médias (Proulx et Bélanger, 2003). Dans cette approche, plus connue sous le vocable des « usages et gratifications » (*Uses and Gratifications*), les chercheurs s'intéressent à la sélection des programmes effectuée par le public et tentent de mettre cette sélection et ces choix en correspondance avec des besoins et des satisfactions exprimés par les téléspectateurs. Surtout centrée sur les

besoins psychologiques des consommateurs de contenus médiatiques, cette approche conçoit le public comme étant constitué de consommateurs qui, en fonction de leurs caractéristiques individuelles et sociales, ont tendance à être affectés différemment par leurs usages médiatiques (ibid.).

Pour Proulx et Bélanger (ibid.), l'approche des *Uses and Gratifications* exprime un véritable intérêt pour le téléspectateur et son interprétation, mais ne prend pas en considération l'impact que la dimension sémantique du message pourrait avoir sur le téléspectateur. Cette approche postule que le contenu du message n'est pas la source des changements d'attitudes ou de comportements des usagers. C'est pourquoi les contenus des messages sont étudiés séparément du processus de réception.

La sélection et les choix effectués par les téléspectateurs sont des concepts centraux de l'approche des *Uses and Gratifications* et ils alimentent la façon dont est défini le public : l'activité des téléspectateurs réside dans l'orientation volontaire et sélective de leurs usages médiatiques en fonction de leurs besoins psychologiques (ibid.). Par exemple, un téléspectateur qui cherche à combler un besoin d'évasion choisirait de regarder un téléroman plutôt qu'une émission d'information.

L'approche des *Uses and Gratifications* introduit la notion de lecture négociée, c'est-à-dire l'idée que le sens et les effets naissent dans l'interaction entre les textes et les consommateurs (Mattelart et Mattelart, 2004). Dans la lecture négociée, le décodage du contenu médiatique est lié à l'implication de l'auditoire. Les *Uses and Gratifications* répondent ainsi aux critiques soulevées vis-à-vis du paradigme des effets directs. Des études comme celles de Liebes et Katz (1993) au sujet du feuilleton *Dallas* cernent une image d'un auditoire qui participe activement à la construction de sens. Cette notion d'un public actif marque une distinction essentielle d'avec les conceptualisations de l'auditoire qui l'ont précédée. Elle sera reprise par de nombreux chercheurs qui ont tenté de rendre compte du travail d'interprétation réalisé par l'utilisateur des contenus médiatiques.

L'analyse de la réception

L'idée de la lecture négociée développée par l'approche des *Uses and Gratification* caractérise l'ensemble des approches orientées vers l'étude de la réception. Dans ces approches, le message et le récepteur reçoivent un nouveau statut : le téléspectateur est considéré comme un interprète actif et le message est dorénavant défini comme un texte qui participe, conjointement avec le lecteur, à la construction sémantique (Proulx et Bélanger, 2003).

Dans les années quatre-vingt, un virage linguistique, réalisé notamment par le courant des *Cultural Studies* en Angleterre, mais aussi par le courant des recherches sur la réception, dépeint un auditoire actif et critique, participant à la construction du sens attribué au message médiatique. Selon les tenants de ces approches (Ang, 1985 ; McRobbie, 1982, 1991 ; Morley, 1978, 1992 ; Radway, 1982), c'est l'interaction entre le texte et le lecteur qui détermine sa signification. Le décodage représente un processus psychosocial de négociation de sens ainsi qu'un processus d'interprétation. Afin de comprendre la façon dont les gens décodent un message ou une émission, les chercheurs appartenant à ce courant étudient ce processus de négociation. En postulant que les médias peuvent uniquement avoir des effets lorsque le message est effectivement « reçu », l'objectif de ces études est d'analyser le processus de la réception (Proulx et Bélanger, 2003).

Ainsi, dans le paradigme des effets limités, on accorde au récepteur un rôle actif d'interprétation. Dépendant de son histoire personnelle, son appartenance à une classe sociale, son ethnicité, ses origines culturelles, son sexe, son âge, etc., le récepteur fait un décodage différencié du message médiatique (Proulx, Bélanger, 2003). Le récepteur est donc dans ce paradigme un participant actif dans le processus de communication.

Un auditoire trop actif ?

La recherche interprétative sur les auditoires se distingue par sa volonté de donner du pouvoir à ces derniers. Toutefois, selon Morley (1992), en oubliant de placer la réception dans son contexte, ce genre d'études surestime l'activité de l'auditoire. En effet, pour Morley (1992), il est dangereux d'ignorer les facteurs, par exemple

organisationnels et économiques, qui influencent le texte médiatique et le chercheur doit reconnaître l'importance des forces institutionnelles dans l'explication des variations de décodage qui forment, par exemple, les cadres de références ou les valeurs personnelles.

Curran (1996) juge lui aussi que les études de la réception surestiment le statut autonome de l'auditoire et qu'elles exagèrent l'insensibilité de l'auditoire envers l'influence des médias. Il souligne que des éléments de pouvoir interviennent aussi bien au moment de l'encodage qu'à celui du décodage. De plus, cet auteur note que les textes médiatiques sont rarement totalement ouverts, mais prennent plutôt la forme d'une « polysémie structurée ». Les textes sont ouverts à différentes interprétations, mais les symboles dénotatifs du texte dirigent, à un degré plus ou moins important, l'auditoire vers une interprétation préférée du message. Curran note également que les récepteurs ne possèdent pas un répertoire de discours infini pour interpréter le message télévisé. La place d'un individu dans la structure sociale a tendance à déterminer le répertoire discursif qui lui est accessible. Ceci influence donc en retour la lecture du texte médiatique.

Pour leur part, Mattelart et Neveu (1996) soulignent qu'à force de se concentrer sur les lectures négociées et la liberté individuelle de déterminer le sens des messages, on oublie de prendre en considération la société dans laquelle le récepteur vit. Ces auteurs se demandent quelle marge de manœuvre les usagers possèdent à l'intérieur des contraintes définies par l'ordre social et productif.

À la lumière de ce qui a été dit, est-il possible de marier le concept d'auditoire actif avec les contraintes sociales et économiques ? Les *Cultural Studies* offrent, à mon avis, une solution à ce dilemme. Comme nous l'avons vu, elles s'interrogent sur les liens entre les individus et les contraintes et structures sociales, politiques et économiques. Je discuterai par la suite de l'approche que les *Cultural Studies* proposent pour l'étude de la réception.

1.3 Les études de la réception selon le courant britannique des *Cultural Studies*

Au sein de la recherche sur les médias, l'étude de la réception représente un domaine important de la recherche des *Cultural Studies*. Streeter (1984) explique que l'étude de la réception réalisée par les chercheurs appartenant aux *Cultural Studies* ne se contente pas d'expliquer les différences d'interprétation et l'« activité » de l'auditoire par des facteurs psychologiques de différences individuelles, comme le fait par exemple l'approche des *Uses and Gratifications*, mais elle tente plutôt de comprendre comment les différences de lectures et d'interprétations sont liées à des différences de structures de sens. Les individus interprètent le texte médiatique par et à travers des systèmes de sens individuels. Les structures de sens sont des structures qui guident la manière dont l'individu accorde du sens au monde qui l'entoure. Ces structures de sens ou cartes signifiantes (*maps of meaning*), sont socialement construites et reposent elles-mêmes sur des cadres idéologiques plus larges. Selon Streeter (1984), le but de ce genre de recherche est d'acquérir une compréhension, non seulement du rôle que jouent les facteurs sociaux dans la détermination des différentes interprétations du public, mais aussi de saisir les liens entre les différences d'interprétations, les différentes constructions de « mondes sociaux » et l'accès à des systèmes de sens (*meaning systems*) distincts. En d'autres termes, les études de la réception des *Cultural Studies* ne visent pas à montrer les différences de décodage, mais à creuser plus profond pour comprendre d'où viennent ces différences et de comprendre les liens entre ces différences d'interprétations et la structure sociale et idéologique plus large.

Ang (1996) souligne que le terme « réception » est limité pour les *Cultural Studies*, car il tire ses origines du modèle de communication linéaire (émetteur → récepteur). Selon elle, une approche culturelle face à l'analyse de la réception ne se concentre pas uniquement sur le moment de rencontre entre le texte et le lecteur, mais étudie les différences de sens résultant de la réception en y articulant des négociations et contestations culturelles plus générales. Il semble donc que l'intérêt des *Cultural Studies* soit de trouver les racines et les structures sous-jacentes qui expliquent les différences de

décodage. Pour Ang (1996), il est important de ne pas réduire la réception à un processus individuel essentiellement psychologique, mais de la conceptualiser en tant que processus profondément politique et culturel. C'est pourquoi les *Cultural Studies* mettent en lien les pratiques de réception avec les situations sociales, économiques et historiques des individus. Ang (1996) souligne également que l'étude de la réception doit faire partie d'une compréhension englobant, structurellement et historiquement, les conditions culturelles contemporaines et la place que les médias y occupent.

De plus, les concepts d'idéologie et d'hégémonie permettent aux *Cultural Studies* d'analyser et de comprendre la réception en lien avec les forces et les contraintes sociales et économiques.

La prochaine partie abordera le modèle *encoding/decoding* de Stuart Hall, en mettant entre autre l'accent sur les différentes possibilités de décodage. Ce modèle est pertinent pour mon questionnement, car Hall reprend la théorie de la réception active, mais il élargit le regard sur cette réception en la situant dans un processus de communication plus large.

1.4 Encodage et décodage selon Stuart Hall

Le chercheur Stuart Hall (1980, 1994a) nous propose un modèle⁶ théorique qui permet de prendre en compte simultanément les rôles de l'émetteur et du récepteur. Hall s'intéresse au contexte d'émission et de réception de certains produits médiatiques populaires. Pour lui, il est nécessaire de regarder à la fois la construction du texte médiatique ainsi que la construction de son interprétation, pour comprendre comment le sens d'un message est créé. Hall choisit :

d'appréhender le processus communicationnel comme une structure produite et entretenue par l'articulation de moments liés entre eux, mais

⁶ Le terme modèle ici ne réfère pas à quelque chose de figé et reproductible tel un calque, mais plutôt à quelque chose de dynamique et qui peut être développé et reconceptualisé.

distincts – production, circulation, distribution/communication/[diffusion], reproduction. Ceci reviendrait à l'envisager comme une « structure complexe en position de dominance », entretenue par l'articulation de pratiques connexes, dont chacune garderait néanmoins ses particularités et posséderait sa modalité spécifique, ses propres formes et conditions d'existence. (Hall, 1994a, p. 29)

Bien que le modèle *encoding/decoding* ait été présenté souvent et à tort comme un modèle linéaire, Hall le voit plutôt comme un circuit et s'inspire en cela de certains travaux de Marx et notamment de son idée du circuit de la production. En effet, selon Hall (1994b), même si Marx se concentre surtout sur le moment de la production, il affirme clairement que la consommation détermine la production, autant que la production détermine la consommation. L'idée du circuit de la production est pour Hall (1994b) liée au concept d'articulation, concept qui permet d'envisager les circuits du capital comme une articulation des moments de production avec les moments de consommation, de réalisation et de reproduction.

Dans son modèle *encoding/decoding*⁷ (Hall, 1980, 1994a), Hall analyse le processus de communication télévisuel comme étant une articulation de moments distincts mais reliés : la production, la circulation, la distribution et la reproduction. Ces quatre moments ont chacun leurs propres modalités, formes et conditions d'existence, mais sont toutefois liés et articulés entre eux. Ils dépendent donc les uns des autres mais restent relativement autonomes puisqu'il y a, à chaque moment, la possibilité de transformer le texte pour l'adapter aux exigences du moment actuel. Par exemple, on pourrait penser au long voyage effectué par un texte (comme celui de l'émission *Les Bougon*) qui doit passer par les méandres de la production (l'écriture, l'adaptation de scène à scène, le tournage), par la distribution aux travers des communiqués et résumés de presse destinés à sa promotion, pour finalement aboutir à la diffusion (consommation/distribution). Ce périple peut recommencer par la suite pour l'adaptation de la série en DVD par exemple. Les différents moments sont articulés, c'est-à-dire qu'ils sont liés les uns aux autres et

⁷ Ce modèle a par ailleurs été simplifié par certains auteurs. Alors que Hall parle d'un circuit où les différents moments sont articulés et s'influencent mutuellement, certains auteurs ont choisi de découper ce circuit et de mettre l'accent uniquement sur le moment d'encodage ou sur celui du décodage.

s'influencent mutuellement, et chaque moment porte en quelque sorte les autres moments en lui. Par exemple, l'auditoire d'une émission est à la fois le récepteur et émetteur du message, car s'il « reçoit » et interprète le message, c'est aussi par l'idée que le producteur⁸ se fait de lui que le produit est créé et structuré au moment de l'encodage (Mattelart et Mattelart, 1995).

Dans son modèle, Hall (1980, 1994a) explique que l'encodage réalisé du côté de l'émetteur, ainsi que le décodage fait par le récepteur, sont des pratiques à la fois institutionnelles et personnelles, qui permettent de donner du sens aux événements présents. Ainsi l'émetteur, par exemple les médias, possède des façons particulières de construire et structurer son discours. Cette structure est influencée par des cadres de références (*frames of references*) professionnels, tels que l'orientation politique de la station, les politiques institutionnelles (par exemple les normes du CRTC⁹), les structures de production, etc. L'encodage se fait donc par rapport à ces structures qui orientent le sens donné au contenu de ce qui est émis. Cependant, l'émetteur (le producteur, le scénariste, le réalisateur, etc.), en tant qu'individu qui crée le message, n'est pas uniquement influencé par des contraintes institutionnelles, mais aussi par ses propres structures de sens (*meaning structures*) et ses cadres de références personnels, liés à sa classe, son sexe, son emploi, sa culture, son expérience, etc.

Le récepteur, de son côté, possède lui aussi ses propres structures de sens influencées par ses cadres de références personnels, tels que sa position sociale, sa race, son âge, son univers culturel, etc. Le décodage du message se réalise alors en fonction de ses cadres de références et de sa façon personnelle de donner du sens au message transmis. Ainsi, le sens donné au texte représente une construction conjointe de la part de l'émetteur et du récepteur. L'émetteur participe à la construction du texte et du sens, mais il ne peut pas totalement prédéterminer l'interprétation que le récepteur fera de ce message.

Hall (1994a) propose « trois positions hypothétiques à partir desquelles des décodages d'un discours télévisuel peuvent se construire » (p.36-37). Le décodage peut être

⁸ Le terme producteur réfère ici à tous les acteurs qui participent à produire l'émission, comme l'auteur, le réalisateur, le diffuseur, la maison de production, etc.

⁹ Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes (CRTC).

hégémonique, et il prend place « lorsqu'un spectateur intègre directement et sans restrictions le sens connoté [...] et décode le message en fonction du code de référence qui a servi à le coder » (ibid., p.37). Dans ce cas, le récepteur accepte et reproduit la lecture dominante ou préférentielle. Le décodage peut aussi se faire sous une forme *négociée*, contenant certains éléments d'acceptation et certains éléments d'opposition. Le récepteur accepte la définition hégémonique pour établir les grandes lignes de la signification, mais il opère avec des exceptions à la règle. Le récepteur partage partiellement les codes de l'émetteur, mais résiste et négocie ces codes en fonction de sa position. Dans une lecture *négociée*, le récepteur pourrait par exemple traduire le terme « intérêt national » en « intérêt de classe ». Enfin, le décodage peut être *oppositionnel*, c'est-à-dire que le récepteur interprète alors le message avec un autre cadre de référence que celui proposé, contraire à la vision hégémonique. Le récepteur comprend le message, mais celui-ci est recadré à l'aide d'un autre code de référence qui est en opposition avec le code dominant, hégémonique.

Le récepteur participe donc activement au processus de création de sens, par un décodage personnel du message, décodage qui est influencé par ses propres cadres de références.

Selon Hall (1980, 1994a) il existe une asymétrie entre les codes de l'émetteur et ceux du récepteur. Même s'il n'y a pas d'équivalence totale entre les codes, ils sont suffisamment semblables pour permettre une communication sensée. Pour Hall, il existe donc ce qu'il appelle une tension entre l'encodage et le décodage. En raison de cette tension, il est nécessaire d'analyser simultanément la production (encodage) du texte médiatique et sa consommation (décodage), pour comprendre la construction réciproque du sens. Hall propose donc que ces deux moments sont étroitement liés, et que c'est par l'analyse de leur articulation que le chercheur peut comprendre le sens accordé au texte.

Cependant, le modèle *encoding/decoding* a été linéarisé par plusieurs auteurs, bien que Hall insiste sur une morphologie de circuit. Hall (1994b) souligne d'ailleurs que le texte *encoding/decoding* ne décrit pas un modèle figé, mais qu'il s'agit pour lui plutôt d'un modèle qui doit être retravaillé, redéveloppé et modifié : « *It suggests an approach ; it*

opens up new questions. It maps the terrain. But it's a model which has to be worked with and developed and changed » (Hall, 1994b, p255).

Le modèle de Hall (1980, 1994a) fut surtout critiqué dans les années quatre-vingt. Il faut dire que seul Morley a appliqué empiriquement ce modèle dans son ensemble lors de son étude *Nationwide* (Brunsdon et Morley, 1978). D'autres chercheurs se sont concentrés uniquement sur le moment du décodage, ce qui a donné naissance aux multiples études sur la réception, comme celles de Ang, (1985) ; Brunsdon et Morley (1978) ; Liebes et Katz, (1993) ; McRobbie, (1982, 1991) ; Radway, (1984). La focalisation sur la réception a probablement déformé le modèle original de Hall en penchant la balance du côté de la réception et en l'instituant comme modèle linéaire, alors que le modèle de Hall (1980, 1994a) situe la construction de sens dans la collaboration de l'encodage et du décodage et dans l'articulation des quatre moments distincts du processus de communication. Ainsi, une analyse de la réception uniquement ne pourrait pas expliquer le sens accordé à un objet culturel.

Le modèle de Hall qui explique la construction de sens et le parcours d'un produit culturel à travers l'articulation de moments distincts mais interdépendants, a été développé, enrichi et modifié au fil des années. Une version plus sophistiquée, plus complexe et plus riche de ce modèle a vu le jour dans ce qui a été nommé le *circuit de la culture*. C'est dans ce « modèle » que s'inscrit ce projet et c'est pour cette raison que je vais en discuter dans les pages qui suivent.

1.5 Le circuit de la culture

Richard Johnson est l'un des premiers chercheurs à avoir repris le modèle *encoding/decoding* de Stuart Hall pour l'enrichir d'autres éléments qui entre eux allaient former un circuit. Dans son article, Johnson (1986) fait une première ébauche de reconceptualisation. C'est donc sous forme d'hypothèse de travail qu'il suggère que toutes les connaissances dans le domaine des *Cultural Studies*, toutes les théories, toutes

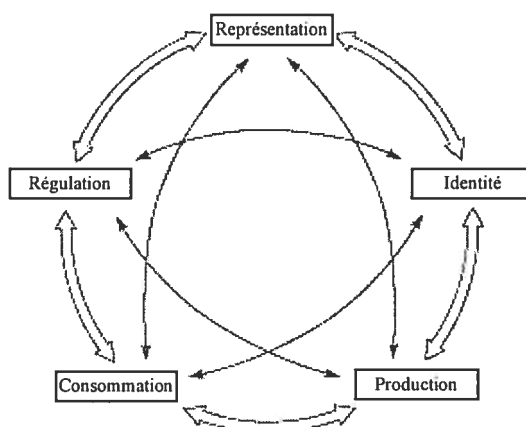
les méthodes et leurs résultats correspondent en réalité à différentes facettes du même processus. Johnson explique les divisions théoriques au sein des *Cultural Studies* par le fait que les chercheurs choisissent différents points de départ et différents points de vue par rapport au même processus culturel. Il propose donc de rassembler les différentes approches de l'étude de la culture pour les lier les uns aux autres.

Le circuit que Johnson propose est composé de quatre moments distincts, interdépendants et indispensables à l'ensemble : production, textes, lectures et cultures vécues. À ses yeux, chaque moment du circuit implique des changements dans la forme de l'objet culturel, chaque moment est habité par des pratiques sociales spécialisées et chaque moment représente également un lieu à l'intérieur d'une structure sociale qui possède ses propres relations et divisions. Johnson illustre cette idée par un diagramme qui représente un circuit de production, de circulation et de consommation des objets culturels. Du Gay *et al.* (1997) ont repris ce diagramme et l'idée du *circuit de la culture* proposé par Johnson pour les reconceptualiser à leur tour.

Le modèle du *circuit de la culture* de Du Gay *et al.* (1997) permet de comprendre comment un artefact, c'est-à-dire un phénomène d'origine humaine et artificielle, reçoit du sens. Le *circuit de la culture* permet donc de comprendre le processus de construction de sens. Ce modèle se distancie de l'idée selon laquelle c'est le moment de la production d'un artefact qui détermine principalement le sens qu'on lui accordera. Dans le *circuit de la culture*, la signification d'un artefact se construit dans et par l'articulation d'une série de processus culturels distincts. Comme nous l'avons vu, le terme « articulation » représente le processus de connecter des éléments divers pour en former une unité temporaire. Il s'agit donc d'une connexion qui permet, sous certaines conditions, d'unir deux ou plusieurs éléments distincts. Les conditions d'existence et d'émergence de cette liaison reposent dans la contingence des circonstances. C'est donc par la connexion de processus culturels et dans leur articulation que l'on peut commencer à expliquer comment se construit la signification d'un artefact.

Du Gay *et al.* (1997) identifient cinq processus culturels majeurs qui, ensemble, forment le *circuit de la culture*. Il s'agit de la représentation, la production, la consommation, la

régulation et l'identité. Ces cinq parties du circuit se chevauchent et s'entrelacent de façon complexe et interdépendante. Chaque partie est reprise et réapparaît dans la partie suivante. Tous ces éléments sont donc liés les uns aux autres et s'influencent mutuellement. Selon les auteurs, pour réaliser une analyse complète d'un artefact et pour comprendre le sens qui lui est accordé, le chercheur doit étudier ce circuit dans son ensemble.



Le circuit de la culture

Il faut noter que ce modèle se base sur les notions de culture et de construction de sens développées par les *Cultural Studies*, telles que présentées précédemment (voir p.22-24). Pour mieux comprendre comment Du Gay *et al.* (1997) conçoivent la production et la circulation du sens, il est nécessaire de présenter les cinq moments du *circuit de la culture*.

La représentation

Pour Hall (1997), la représentation est un des moments clés du *circuit de la culture* et représente une des pratiques centrales par laquelle la culture est produite. Le lien entre la culture et la représentation réside dans l'acte de donner du sens aux objets, pratiques et événements. Pour Hall (1997), la culture est donc essentiellement liée à la production et

à l'échange de sens et de significations entre les membres d'une société ou d'un groupe. Pour lui, appartenir à un groupe signifie que les membres de ce groupe interprètent le monde plus ou moins de la même façon, et que ces membres peuvent exprimer leurs idées et sentiments par rapport à ce monde à travers des signes et symboles qui sont compris par les autres membres du groupe. La culture est donc définie par le sens que les participants donnent au monde qui les entoure, dans la mesure où ce sens est plus ou moins le même.

Le langage représente selon Hall (1997), le moyen principal par lequel nous donnons, produisons et échangeons du sens. C'est pourquoi le langage est un élément central de la culture et du sens. En opérant comme système représentationnel, le langage permet aux individus de construire une culture de significations partagées. Le sens provient donc de la façon dont un objet est représenté à travers le langage oral ou visuel. Le langage utilise des signes et des symboles, par exemple des sons, des mots écrits, la parole, des images, des photos, des objets, etc., qui symbolisent et re-présentent ce qui existe dans le monde en terme de concepts, d'idées et de sentiments. La représentation à travers le langage est donc un élément central dans le processus de production et de circulation de sens. Par conséquent, la signification culturelle des objets ne provient pas des choses elles-mêmes et ne peut pas être inscrite dans une chose. Le sens est construit et il représente le résultat des discours et pratiques sociales par lesquelles nous concevons le monde de façon signifiante. L'emphasis sur les pratiques culturelles est importante, car ce sont les participants d'une culture qui donnent du sens à des personnes, à des objets et à des événements. Par exemple, une culture produit et élargit la signification et la valeur d'un objet par les usages et par la façon dont elle s'approprie ce dernier.

En résumé, selon Hall, le langage en tant que système représentationnel est un élément central dans la production de sens. Le sens est, pour sa part, le résultat des discours et pratiques sociales. La production et circulation du sens passent donc à travers la culture et à travers la représentation.

La production

Pour comprendre le sens accordé à un artefact, il est absolument nécessaire d'analyser le moment de sa production. Le but est de connaître et de comprendre la culture de production, c'est-à-dire les différentes pratiques reliées à la production de l'objet culturel et la façon dont ces pratiques répandues sont représentées à travers des valeurs, des croyances et des modèles de travail spécifiques (Du Gay, 1997).

Le chercheur doit tenter de comprendre dans quel environnement et dans quelle culture le produit a été conçu, manufacturé et promu. L'analyse du moment de production contient l'étude de la culture organisationnelle, celle de la représentation de l'entreprise, celle de la façon dont celle-ci se représente et celle de son histoire. L'analyse de la production permet par exemple de comprendre comment les producteurs tentent d'établir une identification entre l'objet et un groupe spécifique de consommateurs. À travers différents moyens, comme par exemple celui de la mise en scène d'une émission, la production (dans notre cas le réalisateur) tente d'articuler deux moments du *circuit de la culture* : la production et la consommation. La consommation fait donc partie intégrale des relations de production.

La consommation

Le terme consommation peut être défini en termes économiques, c'est-à-dire comme acquisition d'un produit pour sa valeur d'échange ou son prix. Cependant, en termes sociologiques, la consommation réfère plutôt à la production de sens à travers l'usage. C'est cette signification que je retiendrai pour cette recherche.

Du Gay *et al.* (1997) différencient quatre manières dont la consommation a été théorisée dans l'histoire des sciences sociales. Premièrement, par la critique de la culture de masse de l'école de Francfort ; deuxièmement, par l'approche qui conçoit la consommation comme outil de différenciation socioculturelle ; troisièmement, par l'approche qui conçoit la consommation comme une forme d'appropriation et de résistance ; et finalement, par l'analyse des sous-cultures et l'approche du plaisir de la consommation.

Pour cette recherche, j'ai choisi d'envisager la consommation comme une forme d'appropriation et de résistance, car cette approche se penche davantage sur les pratiques culturelles de consommation et de signification. Cette approche me permet d'explorer les pratiques sociales et discursives des consommateurs tout en les liant à d'autres moments du *circuit de la culture*.

L'approche de la consommation comme forme d'appropriation et de résistance explore ce que les individus font avec les objets qu'ils consomment. En d'autres termes, les chercheurs tentent d'analyser comment les objets reçoivent un sens à travers leurs consommations. Plutôt que d'envisager la consommation comme une expression de la volonté des producteurs (comme dans la critique de la culture de masse de l'école de Francfort) ou de l'envisager comme une expression et un reflet de divisions sociales préexistantes et inchangeables (comme dans la consommation comme outil de différenciation socioculturelle), cette perspective conçoit la consommation comme un moment de production en soi. La consommation représente une activité productrice, car elle touche en même temps le consommateur, le produit et la production. Le sens qui est encodé dans l'objet lors de sa production ne devient pas forcément le sens que le consommateur lui accordera. Au contraire, c'est par la façon dont le consommateur utilise cet objet dans sa vie quotidienne et le rend signifiant, qu'il participe à la construction de sens. Alors que la production détermine quels produits sont utilisés, c'est le consommateur qui décide comment ces produits seront utilisés. C'est par la façon dont le consommateur s'approprie l'objet qu'il le rend signifiant.

Cependant, la production et la consommation sont liées à d'autres moments qui participent eux aussi à la construction du sens accordé à un artefact.

La régulation

La signification du terme régulation dépend fortement du contexte. Pour Thompson (1997), la régulation peut référer à des politiques et réglementations gouvernementales spécifiques ou, de façon plus générale, à la reproduction de modèles et structures de pratiques signifiantes. Comme nous l'a montré le conflit entre l'Union Européenne et les États-Unis en 1993 au sujet du commerce des produits cinématographiques, la

régulation et la dérégulation culturelle peuvent concerner des traités de libre échange. Mais la régulation touche également des sujets plus généraux comme les représentations et les significations. L'auteur souligne que l'analyse des différentes formes de régulation soulève la question de la politique culturelle qui est liée à des luttes par rapport au sens, aux valeurs, à la subjectivité et à l'identité. Thompson (1997) compare la régulation à un processus dynamique qui est souvent soumis à des contestations. Selon lui, le résultat de la régulation dépend d'un côté des pressions économiques et des structures de pouvoir et d'un autre côté des circonstances spécifiques et des actions des individus et des groupes.

Ainsi, ce moment du *circuit de la culture* concerne à la fois toutes les façons dont un objet culturel régule la vie sociale, organise et structure la vie sociale, ainsi que toutes les façons dont les différents acteurs tentent de réguler un artefact culturel et son utilisation.

L'identité

Woodward (1997) note que l'identité, le cinquième moment du *circuit de la culture*, est important à l'intérieur du discours académique qui voit en elle une source importante pour expliquer le changement social et culturel. Cet auteur souligne que le concept d'identité permet de questionner comment les individus trouvent leur place au sein de la communauté et de la société. L'identité peut également représenter un point d'intersection entre des positions subjectives et des situations sociales et culturelles. C'est elle qui nous permet d'envisager qui nous sommes, quels liens nous avons avec les autres et quelle place nous occupons dans le monde. L'identité souligne la façon dont nous ressemblons à ceux qui partagent notre position, et elle marque la façon dont nous nous différencions de ceux qui ne partagent pas cette position. L'identité est souvent définie par la différence, c'est-à-dire par ce qu'elle n'est pas, et les identités sont souvent construites en termes d'oppositions par exemple homme/femme, noir/blanc, hétérosexuel/homosexuel, etc.

Pour comprendre pourquoi le concept d'identité est crucial dans le processus culturel, il faut analyser sa place dans le *circuit de la culture* et il faut analyser comment la question de l'identité est reliée à la question de la représentation. Comme nous l'avons vu,

l'analyse des systèmes de représentations nécessite l'analyse de la relation entre la culture et les significations. Pour Woodward (1997), ces significations sont signifiantes uniquement si nous comprenons les positions subjectives qu'elles produisent et si nous comprenons la place que nous occupons à l'intérieur de ces significations.

La culture nous propose des identités individuelles et collectives, et nous y trouvons des réponses possibles aux questions telles que : qui suis-je ? Qui pourrais-je être ? Qui aimerais-je être ? La culture forme les identités par le sens que l'on accorde aux expériences, permettant ainsi aux individus de choisir une position subjective. Le choix des individus est, selon Woodward (1997), limité par l'éventail des possibilités offertes par la culture, mais aussi par nos relations sociales: « *identity marks the conjuncture of our past with the social, cultural and economic relations we live in now [... identity] is the intersection of our everyday lives with the economic and political relations of subordination and domination* » (Rutherford, 1990, p.19-20, cité dans Woodward, 1997, p15).

En résumé, le sens est produit à tous les moments du *circuit de la culture* et à travers leur articulation, et il circule à travers ces différents moments. Par exemple, l'articulation de la production et de la consommation passe par un consommateur imaginé. Le producteur, alors qu'il crée et produit une émission de télévision, imagine, à l'aide des cotes d'écoute, le public de son émission. Le diffuseur choisit par exemple les outils de marketing par rapport au public qu'il cible par son émission. La production d'une émission télévisée se fait en fonction de la consommation imaginée et toutes deux sont ainsi liées. De plus, la production se sert des pratiques et des réactions des consommateurs pour ajuster le produit et le processus de production. Les pratiques des consommateurs régulent ainsi une émission, car leurs réactions peuvent par exemple entraîner des modifications. Ainsi, les consommateurs deviennent à la fois producteurs et régulateurs de l'émission.

Une émission est aussi régulée par les normes et les règles établies par les organismes réglementant les réseaux de radiodiffusion et de télécommunications qui gouvernent le secteur médiatique (le CRTC au Canada). Mais de la même façon qu'une émission fait l'objet de régulations, elle possède elle-même une force régulatrice. En effet, elle peut

réguler la vie sociale par la façon dont elle est représentée, par les identités qui y sont associées, et par les valeurs et normes qu'elle transmet. En frôlant et dépassant par exemple les limites de l'acceptable, l'émission transforme les normes actuelles de la télévision et agit ainsi sur les différents moments du *circuit*. Une émission est ainsi régulée par différents acteurs et différents facteurs, mais et elle régule elle-même la vie sociale.

Une émission télévisée articule aussi les moments de la production, de la consommation et de l'identité. Par exemple, durant la production d'un artefact culturel, les producteurs tentent d'associer leur produit à une identité. L'identité et l'artefact qui y est associé sont produits, techniquement et culturellement, afin que le consommateur qui achète le produit puisse s'y identifier. Cependant, le consommateur crée lui aussi des significations et des identités culturelles à travers ses pratiques de consommation. Ces significations et ces identités alimentent à leurs tours les autres éléments du *circuit*. Ainsi, la production, l'identité et la consommation sont articulées, et le sens se construit et circule à travers ces différents moments.

La perspective du *circuit de la culture* que je viens de présenter me semble originale et riche et a rarement été traduite de la théorie à l'empirie. Elle permet d'analyser le processus culturel dans son ensemble et souligne sa complexité et sa circularité.

Mais avant de voir comment le *circuit* permet d'analyser la construction de sens dans l'émission humoristique *Les Bougon*, nous allons interroger la place et le rôle de l'humour dans le processus culturel, afin de voir si et comment l'humour en tant que genre télévisuel participe au processus culturel.

1.6 Le genre comme stratégie de communicabilité

La réflexion sur le processus de communication médiatique, sur la construction de sens et sur le choix de l'émission *Les Bougon* comme objet de recherche, ont également soulevé la question du rôle et de la place de l'humour, comme genre télévisuel particulier, dans le processus communicationnel et dans de la construction de sens. L'humour participe-t-il aux différents moments du *circuit de la culture* et comment y participe-t-il ?

Une première façon de répondre à cette question aurait été de passer par les théories traditionnelles du genre. Altman (1999), nous dit qu'Aristote (384 av. J.C. – 322 a. J.-C.) fut le premier philosophe à théoriser le genre.¹⁰ En utilisant les caractéristiques et les structures internes des poèmes comme paramètre de distinction, Aristote a mené la théorie du genre sur le chemin de l'analyse textuelle. Inspiré par les réflexions d'Aristote sur le genre, une multitude de théoriciens se sont intéressés au genre au cours des différents siècles.¹¹ La littérature théorisant le genre est donc abondante et touche plusieurs domaines comme la littérature, le cinéma, la musique et la télévision.

Selon Mills (2001), l'étude du genre télévisuel en est encore à ses débuts. Neale (2001) de son côté souligne qu'un des grands débats au sujet du genre télévisuel est de savoir quelle émission peut être considérée comme un genre. Certains auteurs comme Lacey (2000, dans Neale 2001) et Feuer (1992, dans Neale, 2001) soulignent l'importance des formes narratives et des conventions. Pour ces auteurs, seules les émissions en forme de narration peuvent être considérées comme des genres. Des émissions de forme non narrative, comme les bulletins de nouvelles ou les émissions de variété, ne correspondraient pas à cette définition. Cependant, d'autres auteurs comme Rose (1985a,

¹⁰ Ainsi, Aristote distinguait par exemple la tragédie de la comédie. Il définit la comédie comme étant inférieure à la tragédie, car, contrairement à la tragédie qui représentait les grands malheurs qu'ont subits des personnages et des héros célèbres, autant réels que mythologiques, et qui provoquait chez les spectateurs des émotions profondes, la comédie parlait essentiellement de gens et d'histoires communs et ordinaires. Selon Murphy (1997), Aristote considérait la comédie comme un spectacle de deuxième classe, une impression qui a persisté durant une période de temps considérable. C'est seulement à partir des siècles plus récents que la comédie a pu s'émanciper et se distinguer de sa grande soeur tragique. Aujourd'hui, la comédie est considérée comme sérieuse et autonome.

¹¹ Par exemple à la Renaissance avec Girolamo Vida (1527, dans Altman, 1999) ; au 19^{ème} et 20^{ème} siècle Tzvetan Todorov (1970, Altman, 1999) et le Français Ferdinand Brunetière (dans Altman, 1999).

dans Neale, 2001) se servent d'une définition plus large du genre, afin de pouvoir analyser toutes les émissions diffusées. Le débat semble en être à ses débuts.

L'analyse du genre « comédie » à la télévision en est également à ses débuts. Un début qui est caractérisé selon Mills (2001) par beaucoup de difficultés. Étant donné la dominance du genre comique à la télévision américaine depuis les trente dernières années, et le rôle central que ce genre joue dans le divertissement familial en Grande-Bretagne, il est étonnant que l'étude du genre comique à la télévision ne soit pas devenu un pilier important des études médiatiques. Comme explication possible de l'absence d'analyses académiques, l'auteur identifie le manque de structures formelles communes entre les différentes formes comiques, autant sur le plan de la construction que sur celui de la réception.

Mittell (2004) souligne le rôle primordial que joue le genre dans l'organisation des pratiques télévisuelles. Dans la compréhension du processus culturel à la télévision, il est donc important de s'intéresser à la question du genre, car, selon Mittell (2004), le genre semble être présent à tous les moments du processus culturel. Selon cet auteur le genre intervient dans chaque facette de la télévision. L'industrie se sert du genre pour produire, identifier et étiqueter des produits, l'auditoire utilise le genre pour guider ses pratiques et pour définir ses préférences, les académiciens se servent des genres pour délimiter leurs projets de recherche et pour organiser l'enseignement, etc. Ainsi, le genre peut être défini comme : « *a process of categorisation that is not found within media texts, but operates across the cultural realms of media industries, audiences, policy, critics, and historical context* » (Mittell, 2004, p.xii).

Le genre serait donc une pratique qui intervient et traverse tous les moments du processus culturel. On peut donc s'attendre à le retrouver partout, articulé dans les différents moments du *circuit de la culture*. Mais alors une question survient : Quel est le rôle de l'humour dans la construction de sens de l'émission *Les Bougon* ?

Dans le cadre de ce mémoire, je propose de nous éloigner de la tradition des théories sur le genre et d'envisager l'humour comme une « stratégie de communicabilité » tel que proposé par Martín-Barbero (2002). Cette définition de genre rompt avec la tradition littéraire de concevoir le genre comme une « propriété » d'un texte, et elle refuse de

concevoir le genre comme outil de classification, comme le fait le structuralisme. Dans la tradition littéraire, on étudie le genre en lui-même, comme une catégorie fixe, répondant à des critères, des définitions bien précises et des structures formelles sur le plan narratif, et on analyse comment l'auditoire décode ce genre. Mais ce faisant, on ne prend pas en compte le fait que le genre traverse les différents moments, comme cela a été souligné par Mittell (2004) précédemment cité.

Dans cette recherche, tout comme Martín-Barbero (2002), je considère le genre avant tout comme une stratégie de communicabilité qui va « imprimer » aussi bien la production, que la réception, la représentation, la régulation et l'identité.

Martín-Barbero (2002) postule que les genres « constituent une médiation fondamentale entre les logiques du système de production et du système de consommation, entre celle du format et celle des manières de lire, des usages » (ibid., p.184). Les genres opèrent donc comme médiateurs entre la production et la consommation, car ils assurent la transition entre ces deux moments. Martín-Barbero (2002) compare les genres à des moments de négociation entre la production et la consommation. Pour lui, ce sont essentiellement les règles des genres qui déterminent les structures et les formats des textes, et c'est en eux que s'enracine la reconnaissance¹² culturelle. Le genre dont Martín-Barbero parle, serait donc plutôt de l'ordre des compétences. Il est une « stratégie de communicabilité », et « se fait présent et analysable dans le texte en tant que marques de cette communicabilité » (ibid., p.187).

Pour Martín-Barbero (2002), l'étude du genre nous montre que la compétence textuelle et narrative n'est pas uniquement présente et nécessaire lors de l'encodage, mais qu'elle l'est aussi lors du décodage. Martín-Barbero (ibid.) souligne que chaque téléspectateur sait utiliser les règles du genre, car « [il] *sait* quand un texte-récit a été interrompu, connaît les manières possibles de le compléter, est capable de le résumer, de lui donner un titre, de comparer et de classer des récits » (ibid., p. 187). Mais si les téléspectateurs

¹² Martín-Barbero utilise le terme « reconnaissance » pour parler de l'interpellation. Pour lui, reconnaître signifie non seulement re-connaître, mais aussi interpellier. La reconnaissance concerne « les sujets, de leur mode spécifique de se construire » (Martín-Barbero, 2002, p.189). Pour Martín-Barbero tous les sujets, individuels, collectifs, sociaux ou politiques, se construisent et se reconstruisent dans la trame symbolique des interpellations, des reconnaissances. Ce sont les structures et formats des textes, déterminées par les règles du genre, qui amènent la reconnaissance culturelle.

savent parler la « langue » des genres, ils n'en connaissent pas ses règles et sa grammaire. Au lieu d'aborder les genres en termes sémantiques ou syntaxiques, Martín-Barbero (2002) suggère de les aborder en termes pragmatiques. Ceci permettrait d'expliquer comment opère la reconnaissance des genres dans une communauté culturelle. Les textes génériques amènent un ensemble de significations qui dépassent les éléments constituant et structurant les textes et, de ce fait, ne peuvent pas être analysés en recherchant une liste de ces éléments, mais en étudiant « l'architecture qui relie les différents contenus sémantiques des diverses matières signifiantes » (ibid., p.187-188). Ainsi, pour comprendre « l'architecture », c'est-à-dire la signification donnée à un genre, le chercheur doit analyser les différentes pratiques qui participent à lui donner du sens.

Pour illustrer son approche, Martín-Barbero (2002) montre comment opère la reconnaissance du mélodrame en Amérique latine. Nul autre genre n'a su s'implanter dans cette région du monde comme le mélodrame, c'est « comme si résidait en lui le mode d'expression le plus adapté au mode de vie et à la sensibilité des gens de cette région » (ibid. p188-189). Le mélodrame est défini comme « le drame de la reconnaissance » (ibid., p.189), car il parle toujours de « l'ignorance d'une identité et [de] la lutte contre les maléfices, les apparences, contre tout ce qui cache et déguise : une lutte pour se faire reconnaître » (ibid., p.189-190). Le lien entre le mélodrame et le continent sud-américain réside, selon Martín-Barbero (2002), dans cette lutte de la reconnaissance.

Le chercheur fait l'hypothèse qu'en Amérique latine, la famille et le voisinage représentent « des modalités de la sociabilité la plus vraie » (ibid., p.190). Les transformations amenées par le capitalisme dans le domaine des loisirs et du travail, dans le rapport au temps et dans les rapports sociaux les plus essentiels, ont détruit et aboli cette sociabilité. Les transformations sociales, économiques et politiques ont rendu la sociabilité anachronique, c'est-à-dire que la sociabilité semble appartenir à une époque passée. Selon Martín-Barbero (2002), c'est cet anachronisme qui donne son sens au mélodrame en Amérique latine, car il permet « de faire le lien entre le temps de *la vie*, c'est-à-dire d'une sociabilité niée, économiquement dévalorisée et politiquement méconnue, mais culturellement vivante, et le temps *du récit* qui l'affirme et permet aux

classes populaires de se reconnaître en elle » (ibid., p. 191). Le mélodrame permet donc aux téléspectateurs de vivre cette sociabilité, résistant ainsi aux transformations amenées par le capitalisme. Les téléspectateurs y retrouvent leur propre lutte, une lutte pour faire reconnaître leur culture et leur identité, et ils s'identifient au « combat » proposé dans le récit mélodramatique. Le genre comme stratégie de communicabilité permettrait donc aux individus de retrouver une partie de leur identité liée à leur histoire et à leur vécu, qu'ils ne retrouvent pas ailleurs.

En résumé, je n'irai pas plus loin dans le développement théorique de Martín-Barbero (2003) et du contexte très particulier propre à l'Amérique Latine qui constitue son terrain d'étude. Toutefois, sa perspective du genre, comme stratégie de communicabilité, me paraît pertinente et riche, pour considérer mon terrain.

En effet, il me semble que cette approche particulière du genre permet de rendre compte de l'humour en tant qu'entité qui traverse et occupe tous les moments du *circuit de la culture*. L'humour participe donc non seulement à l'articulation, mais aussi à la construction du sens d'un produit culturel. C'est donc ainsi que je l'envisagerai dans cette recherche, pour tenter de comprendre comment le genre humoristique, comme stratégie de communicabilité, opère dans l'émission *Les Bougon*.

1.7 Argumentation de la problématique

Dans les pages précédentes, j'ai voulu tout d'abord présenter les origines théoriques, disciplinaires et méthodologiques des *Cultural Studies*, courant théorique dans lequel s'inscrit cette recherche. Après la description des bases théoriques, j'ai dirigé mon attention vers la théorisation de la communication médiatique et je me suis particulièrement intéressée à la conceptualisation de la réception. Ce parcours a permis de montrer comment, en complexifiant les différents modèles de la communication médiatique, on en est arrivé à parler du *circuit de la culture*. L'ensemble de ces

perspectives m'a permis d'articuler et de présenter un questionnement, et de poser ainsi les premiers jalons d'une problématisation. Je voudrais à présent reprendre ces éléments, afin de présenter ce qui constitue le cœur de ma problématique.

Comme nous l'avons vu, les études de la réception sont caractérisées par le fait de vouloir donner du pouvoir à l'auditoire. Cependant, en se concentrant sur le moment de la réception uniquement, ce genre de recherche surestime le pouvoir interprétatif de l'auditoire, car elles oublient de placer la réception dans son contexte originel. Les études de la réception ont souvent ignoré des facteurs contextuels comme les normes et politiques institutionnelles et économiques. De plus, les études sur l'auditoire surestiment l'autonomie de l'auditoire envers les médias. Dans ce sens, Curran (1996) souligne par exemple que même lorsque l'auditoire participe activement au décodage du message, certains éléments de pouvoir comme la structure du texte, interviennent au moment de la réception. Lorsqu'on s'intéresse aux lectures négociées et à la liberté individuelle de déterminer le sens des messages, il ne faut pas négliger de les situer dans un contexte de communication plus large. Ainsi, il est important de se questionner sur la marge de manœuvre que l'individu, contraint par l'ordre social et productif, possède effectivement lors de la réception. Comment peut-on donc marier l'idée d'un auditoire actif avec les contraintes sociales et économiques ?

Les *Cultural Studies* offrent une solution à ce dilemme, car elles s'interrogent sur les liens existants entre les individus et les contraintes, les structures sociales, politiques et économiques. Dans l'étude de la réception, les *Cultural Studies* ne se contentent pas d'expliquer les différentes interprétations de l'auditoire et son « activité » par des facteurs psychologiques de différences individuelles, mais elles tentent plutôt de comprendre comment les différences de lectures et d'interprétations sont liées à des différences de structures de sens. De plus, les chercheurs tentent de comprendre les liens entre ces différences d'interprétations et la structure sociale et idéologique au sens large.

En proposant d'analyser simultanément le moment de l'encodage et celui du décodage, Hall (1980, 1994a) permet de placer la réception à l'intérieur d'un processus médiatique plus large, ce qui donne par exemple la possibilité de rendre compte des pratiques

institutionnelles et des éléments de pouvoir qui interviennent dans les deux moments. Pour Hall (ibid.), c'est par l'analyse de l'articulation de ces deux moments que le chercheur peut comprendre la construction de sens. J'y vois ici un premier circuit, en quelque sorte précurseur du modèle du *circuit de la culture*.

Dans le *circuit de la culture*, tel que conceptualisé par Johnson (1986) puis par Du Gay *et al.* (1997), c'est à travers l'analyse des différents moments de ce *circuit*, notamment la représentation, la production, la consommation, la régulation et l'identité, et leur articulation, que le chercheur peut commencer à comprendre comment un artefact culturel se voit accordé du sens. Comme nous l'avons vu, cette conceptualisation permet de lier les moments de la consommation et de la production, comme proposé précédemment par Hall (1980, 1994a), sans toutefois retomber dans la dualité et la linéarité émetteur/récepteur. Le *circuit de la culture* permet également de prendre en considération le contexte et les structures sociales de la production et de la consommation, répondant ainsi aux critiques soulevées vis-à-vis des études de la réception. Le *circuit de la culture* offre une perspective riche, intégrante et englobante, car il permet de rendre compte du processus culturel dans son ensemble. Il réunit les différents angles de recherche qui ont auparavant été analysés séparément et offre une compréhension plus large du processus de production et de circulation du sens.

C'est en m'inspirant du *circuit de la culture* que je veux comprendre comment les différents moments du circuit culturel sont articulés dans le cas de l'émission humoristique *Les Bougon*. L'analyse des différents moments, ainsi que celle de leur articulation, me permettra de comprendre comment les différentes pratiques sociales et discursives participent à construire le sens donné à cette émission et comment ce sens circule à travers ces différents moments. Je ne fais pas référence à un sens qui serait unifié, mais plutôt à un sens qui est contextuel et conjoncturel. L'objectif de cette recherche n'est pas de montrer quel sens l'émission se voit accordé, mais plutôt de comprendre le processus qui a mené à la production de ce sens, à un moment précis par un ou des acteurs précis.

Finalement, en choisissant l'émission *Les Bougon* comme sujet de recherche, je dois m'attarder au fait qu'il s'agit d'une émission d'humour. Comme nous l'avons vu, le genre participe à l'ensemble du processus culturel, il est donc important de s'interroger sur le rôle que le genre joue dans ce processus. L'objectif est d'analyser comment l'humour participe lui aussi aux différents moments du *circuit de la culture*, à leur articulation et par conséquent, à la construction et à la circulation du sens accordé à l'émission. L'humour est envisagé comme une stratégie de communicabilité, comme un genre qui traverse et occupe tous les moments, et qui participe ainsi à l'articulation du sens.

À ma connaissance, les émissions humoristiques n'ont fait l'objet que de peu de recherches – mis à part au niveau des cotes d'écoute - et l'humour dans les médias québécois n'a que peu été étudié. De plus, peu de chercheurs se sont intéressés à montrer l'articulation des différents moments du *circuit de la culture* et la construction conjointe de sens de façon concrète.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, ma question de recherche se formule comme suit : Comment se construit le sens d'une émission d'humour à la télévision, dans et à travers les différents moments du *circuit de la culture* et leur articulation ?

Ses principaux objectifs sont de comprendre et d'analyser:

- Comment les différents moments du *circuit de la culture* sont articulés dans l'émission *Les Bougon : C'est aussi ça la vie*.
- Comment le sens d'une émission comme *Les Bougon : C'est aussi ça la vie* circule et se construit dans et à travers ces différents moments.

2. Méthodologie

Dans ce chapitre, il sera question de mes choix méthodologiques qui ont permis d'étudier la question de recherche présentée préalablement. Cette section abordera dans un premier temps l'approche de recherche choisie pour conduire cette analyse, de type qualitatif et interprétatif. Ensuite, l'utilisation de l'entrevue semi-dirigée comme outil pertinent de collecte de données et le processus de recherche sur le terrain seront discutés. Finalement, j'exposerai quelle démarche a été adoptée pour analyser les données. Tout au long de ce chapitre, je rendrai compte de mon expérience personnelle de recherche, entremêlant les éléments théoriques et la description du travail de recherche.

2.1 Le choix de l'approche

Cette recherche s'intéresse à mieux comprendre comment se construit le sens de l'émission *Les Bougon* dans et à travers les différents moments du *circuit de la culture* et leur articulation. Une démarche qualitative paraît donc tout à fait pertinente, car elle permet de tenir compte de la complexité du phénomène. En effet, selon Jodelet (2003, p. 144) elle permet une « saisie holistique, naturelle et dynamique des phénomènes étudiés ».

Une perspective qualitative et interprétative tente de saisir l'univers de l'individu interrogé et s'intéresse au point de vue du sujet et à ses interprétations. Comme Denzin et Lincoln (1998) l'illustrent dans leur ouvrage, les recherches qualitatives se servent fréquemment de la perspective interprétative en étudiant les objets dans leur cadre naturel, cherchant à comprendre le sens que les acteurs accordent eux-mêmes aux phénomènes de l'étude.

Afin d'assurer la cohérence de la recherche, le chercheur doit toujours définir l'articulation entre épistémologie, ontologie et méthodologie. Dans cette recherche, le terme « ontologie » désigne la manière dont la « réalité » est envisagée, alors que le terme « épistémologie » décrit la relation entre le chercheur et son objet de recherche (Giordano, 2003).

Dans la perspective interprétative, le chercheur ne peut avoir une connaissance objective de la réalité, car il n'existe pas de réalité objective qui représente la vérité. Selon Giordano (2003), nous ne pouvons percevoir la réalité que de manière située et historique. Autrement dit, chaque individu interprète le monde de manière originale, car ses interprétations sont liées à son expérience personnelle et au contexte socio-historique dans lequel cette expérience se situe. C'est cette expérience du monde, propre à chaque individu, qui participe à construire le sens qu'il lui attribue. Le chercheur doit donc essayer de comprendre le sens que les individus attribuent à cette réalité :

Tout individu (ordinaire ou savant) est donc sujet interprétant et ses interprétations lui sont spécifiques car intimement liées à son expérience personnelle du monde. Pour le chercheur, connaître revient à tenter de comprendre le sens ordinaire que les acteurs attribuent à la réalité, inconnaissable dans son essence. (Giordano, 2003, p. 20)

Ainsi, le phénomène que le chercheur tente de saisir ne représente pas une réalité objective, mais une réalité subjective.

Le concept d'articulation est un concept clé de cette recherche et il a été qualifié par Grossberg (2003) comme étant la version *Cultural Studies* du constructivisme. Dans cette perspective, la réalité est une construction sociale, car les individus construisent leurs réalités subjectives en essayant de donner du sens au monde qui les entoure:

« *The social world is a continuous process, created afresh in each encounter of everyday life as individuals impose themselves on their world to establish a realm of meaningful definition. They do so through the medium of language, labels, actions, and routines, which constitute symbolic modes of being in the world.* » (Morgan et Smircich, 1980, p. 494)

La réalité est donc une organisation ou une configuration complexe qui est assemblée socialement.

En résumé, dans la tradition interprétative, les réalités sont envisagées comme étant multiples et construites. Les approches qui adoptent un point de vue constructiviste de la réalité et du monde social, comme le font les *Cultural Studies* avec le concept d'articulation par exemple, se prêtent parfaitement, selon Morgan et Smircich (1980), à l'analyse de ce processus de construction par lequel la réalité est créée. Alors que je cherche à comprendre comment le sens est construit conjointement dans et à travers les différents moments du *circuit de la culture* et leur articulation, l'adoption d'une perspective interprétative et constructiviste me semble pertinente.

Dans ce genre de démarche, il ne s'agit pas de vérifier une idée préconçue sur le terrain. Au contraire, le but est de comprendre comment les individus interprètent le phénomène d'intérêt. Ce n'est donc pas l'idée du chercheur ou une théorie qui est validée par le terrain, mais bien le terrain qui montre au chercheur comment il faut comprendre le phénomène. Poupart, Deslauriers, Groulx, Laperrière, Mayer et Pires (1997) notent que les chercheurs qualitatifs se servent de la théorie pour guider la recherche:

Le chercheur se réfère à divers documents avant d'entreprendre la recherche tant pour se faire une idée que pour asseoir ses travaux. Les écrits sont aussi utiles au cours de la recherche en l'aidant à progresser. Bref, durant toute la recherche, il faut continuer à fouiller l'ensemble de la documentation (et pas seulement des travaux techniques) et faire alterner lecture et analyse des données. Le chercheur consulte donc toute sorte de documents à chacune des étapes de la recherche. (Strauss et Corbin, 1990, p.56, cité dans Poupart *et al.*, 1997, p.95)

C'est donc par des allers-retours constants entre la théorie et le terrain que le chercheur pourra comprendre la signification accordée aux phénomènes à l'étude (Morse, 1994). Dans les approches qualitatives, le « comprendre » se fait par la médiation entre la théorie et le terrain (Giordano, 2003), et, « la théorie est vue comme une carte marine, non comme une voie ferrée » (Poupart *et al.*, 1997, p.95).

Selon la perspective interprétative, afin de comprendre ce qui est signifiant pour les individus, le chercheur doit être capable d'empathie et de saisir le point de vu d'autrui, mais il doit également considérer sa propre participation en tant que chercheur (Giordano 2003). Il y a donc une double subjectivité qui intervient, celle du sujet et celle du chercheur. Dans la tradition positiviste, le chercheur est perçu comme étant extérieur à la situation observée, il ressemble à une figure placée « au-dessus » du réel dont il essaye de révéler la vérité cachée. La perspective interprétative au contraire, envisage le chercheur comme étant engagé dans une relation avec son objet de recherche. Fontana et Frey (2000) soulignent que le chercheur n'est pas invisible lors de son enquête et qu'il ne représente pas une entité neutre. Au contraire, ces auteurs affirment que le chercheur fait partie de l'interaction qu'il cherche à étudier et qu'il influence ainsi cette interaction. Selon Denzin et Lincoln (1998), le chercheur est un acteur situé et engagé. Il est situé, car il participe à la situation, et il est engagé, car il répond à une demande sociale et reconnaît sa propre subjectivité tout en la contrôlant (Giordano, 2003).

Le chercheur et l'objet de recherche sont donc en relation et l'objet réagit et se modifie suite à la présence et aux actes du chercheur. La façon dont le chercheur conçoit le phénomène à l'étude, sa façon de le questionner et de l'analyser, interviennent dans l'ensemble du processus de recherche. Le chercheur ne peut donc pas se situer en dehors du processus interprétatif et analytique. L'observateur et l'acteur de terrain sont tous les deux des sujets interprétants actifs. Ainsi, le chercheur doit faire preuve de réflexivité, autrement dit, il est obligé de reconnaître qu'il fait partie du monde qu'il étudie (Hammersley et Atkinson, 1989), et doit par conséquent poser un regard critique sur sa position, son influence et sa démarche de recherche.

L'approche qualitative et interprétative de cette recherche ainsi que les positions scientifiques qu'elle engendre dirigent les choix méthodologiques, c'est-à-dire les outils de recherche. La cohérence entre l'approche, la question de recherche et les outils méthodologiques utilisés est importante, car elle justifie la pertinence des méthodes employées.

2.2 L'entrevue semi-dirigée

Afin de mieux comprendre le processus de construction de sens dans l'émission *Les Bougon*, j'ai choisi d'effectuer des d'entrevues semi-dirigées, aussi appelées entretiens semi-structurés ou entretiens compréhensifs. Cet outil méthodologique donne accès aux différents univers des intervenants, permettant ainsi de comprendre leurs interprétations personnelles de l'émission.

Comme le souligne Demers (2003), lorsque le chercheur conduit des entrevues dans une perspective interprétative, il conçoit la réalité comme étant construite socialement et il tente d'accéder aux interprétations et représentations que les individus font d'une situation ou d'un phénomène. L'objectif est de comprendre le sens accordé aux phénomènes sociaux et de comprendre la réalité telle que se la représentent les acteurs en leur demandant ce qu'ils en pensent (Demers, 2003 ; Savoie-Zajc 2003). Deslauriers (1991) ajoute que l'entrevue sert à connaître ce que la personne interrogée pense, et à apprendre des choses qu'on ne peut observer directement, par exemple les sentiments, les idées, les intentions. Pour accéder à ces informations, il faut interroger les individus (Jones, 2004). Le chercheur invite alors le répondant à participer à son étude, car c'est ce dernier qui possède la compétence et l'expertise que le chercheur tente de comprendre. La relation entre chercheur et répondant représente donc une relation d'apprentissage (Savoie-Zajc, 2003).

L'entretien en recherche qualitative est très différent de l'entretien structuré et standardisé. Selon Demers (2003), la version structurée et standardisée de l'entrevue ressemble à un questionnaire administré oralement. Elle est principalement composée de questions fermées dont les réponses, par exemple à choix multiple, peuvent être évaluées statistiquement. L'entrevue qualitative au contraire ressemble plus à une conversation de type particulier. Elle peut être définie comme étant « une interaction verbale, une conversation entre un interviewer [, un chercheur, ...] et un interviewé [, un répondant] » (Savoie-Zajc, 2003, p. 294). L'entretien semi-dirigé se distingue du questionnaire par ses questions ouvertes. Celles-ci incitent le répondant à développer ses réponses. De plus, comme le précisent les citations précédentes, l'entrevue semi-dirigée représente une

interaction entre le chercheur et le répondant, elle se conduit sur un mode de conversation dans lequel le chercheur va modifier l'ordre et la teneur des questions suivant les réponses de son interlocuteur.

Bien que l'entrevue qualitative puisse être définie comme une conversation dans le cadre d'une recherche, celle-ci ne ressemble pas tout à fait à un échange informel: « L'entrevue de recherche est une interaction limitée et spécialisée, conduite dans un but spécifique et centrée sur un sujet particulier » (Deslauriers, 1991, p.33). Pour Deslauriers (1991), il y a plusieurs caractéristiques qui distinguent l'entrevue de recherche de la conversation informelle. La relation entre le chercheur et le répondant est asymétrique, car c'est le chercheur qui pose les questions et la personne interrogée y répond. L'équilibre que l'on retrouve généralement dans les conversations ordinaires, où il est convenable de laisser chacun poser ses questions à son tour, n'a pas lieu dans l'entrevue de recherche. Ce « déséquilibre » souligne donc une certaine relation de pouvoir entre l'intervieweur et l'interviewé. De plus, l'entrevue de recherche se distingue de la conversation informelle par son caractère répétitif. Le scientifique, cherchant à en savoir le plus possible sur le sujet d'intérêt, aborde plusieurs fois les mêmes thèmes, demande des éclaircissements, allonge la conversation et encourage le répondant à élaborer sa pensée. Dans une conversation habituelle, une telle répétition serait perçue comme monotone et la conversation se terminerait probablement assez rapidement.

L'accès direct à l'expérience des individus est une des forces principales de l'entrevue semi-dirigée. De plus, elle produit des données riches en détails et en description. Grâce à la relation interpersonnelle qui se développe entre le chercheur et les répondants, le sens de l'entrevue se développe entre les répondants et le chercheur qui tente de comprendre la perspective de l'autre.

De plus, leur ouverture et leur flexibilité représentent des atouts importants lors de ces entretiens compréhensifs :

L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder [...] les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé. (Savoie-Zajc, 2003, p.296)

Cette flexibilité permet au chercheur d'adapter le schéma d'entrevue pendant son déroulement, et il peut ainsi tenir compte des réponses de l'interlocuteur. C'est la souplesse de la structure de l'entretien compréhensif qui permet cette ouverture. L'entrevue semi-structurée marie souplesse et structure, car l'ouverture donne aux répondants l'opportunité de s'exprimer librement et la structure permet au chercheur de garder un certain contrôle. Dans mon expérience personnelle, l'équilibre entre l'ouverture et la structure n'était pas toujours facile à maintenir, surtout lors des premières rencontres. Mais avec l'expérience, je pense avoir réussi à jumeler ces deux attributs. C'est en forgeant qu'on devient forgeron ! La bonne connaissance du schéma et des thèmes d'entrevue ont particulièrement aidé au maintien de la souplesse et à l'ouverture des entrevues.

L'entrevue amène également certaines difficultés. Par exemple, lorsque le chercheur est trop rigide dans le déroulement de l'entrevue, désirant la mener tel que planifié, il empêche la flexibilité de celle-ci. Ainsi le chercheur compromet les réponses des interlocuteurs et il risque de réduire la richesse et la profondeur de son entrevue. Le devoir du chercheur n'est pas de mener la danse ; il choisit le thème, la musique et il définit le cadre de la piste de danse, mais il doit se laisser guider par son interlocuteur. Ainsi le chercheur doit s'adapter au style et au rythme de son partenaire. Le chercheur a cependant la tâche de ramener son partenaire sur la piste lorsque celui-ci s'aventure en dehors du cadre défini. En ce qui me concerne, je pense être restée toujours ouverte, prête à saisir les idées proposées par l'interviewé, afin d'obtenir de sa part des données riches et révélatrices.

La crédibilité des informations obtenues par le biais de l'entrevue représente un autre problème de cette méthode. Le désir de rendre service ou d'être bien vu par le chercheur et la désirabilité sociale peuvent motiver les réponses des répondants, limitant alors la crédibilité des informations divulguées. Afin d'éviter ce problème de crédibilité, j'ai fait un effort considérable pour mettre les gens à l'aise et j'ai insisté sur le fait qu'il n'y a pas de mauvaise réponse. Lorsque les informateurs prennent trop à cœur l'entretien et s'appliquent pour bien répondre à chaque question, Kaufmann (2001) dit qu'ils entrent

dans le « rôle de bon élève ». Comme Kaufmann (2001) le propose, je me suis servie de l'humour pour briser le sérieux de la situation. En incitant les répondants à parler de leurs scènes préférées, j'ai réussi à briser la glace et à créer une ambiance détendue et conviviale. J'ai souligné dès le début l'importance et la valeur que les informations que j'allais recueillir avaient pour moi. De plus, j'ai assuré aux répondants la confidentialité de leurs propos et je les ai informés des mesures prises pour la garantir.

Des sujets tabous ou des blocages de communication peuvent également influencer l'échange entre répondant et chercheur, rendant impossible un réel échange entre ces deux acteurs. Toutefois, dans le cadre de mes entrevues, le sujet abordé n'étant ni délicat ni intime, je n'ai donc pas ressenti de blocage durant nos entrevues.

Puisque l'entretien compréhensif permet de comprendre le sens que les individus accordent à une expérience particulière, cette méthode est très appropriée pour cette recherche. Une telle étude qualitative a l'avantage de capter l'univers riche des individus sans influencer leurs propos. Kaufmann (2001) note que même si l'entretien compréhensif est utilisé dans différents cadres théoriques, il est particulièrement adapté pour les courants qui s'articulent autour de la construction sociale de la réalité et qui refusent la coupure entre objectif et subjectif, individu et société. Comme le souligne Demers (2003), de nombreux chercheurs utilisent ce genre d'entrevues comme stratégie principale pour leur recherche, argumentant que seules les études basées sur des données qualitatives, comme celles obtenues par les entrevues, permettent de saisir la richesse de la réalité.

Les entrevues, d'une durée d'environ une heure à une heure et demie ont été enregistrées avec la permission de chacune des personnes. L'objectif de ces entrevues était d'obtenir le point de vue de personnes qui participent au processus culturel de *Les Bougon*.

Après avoir discuté de la pertinence de l'entrevue semi-dirigée comme méthodologie de recherche, je vais, dans les prochains paragraphes, présenter le terrain de recherche sur lequel je me suis appuyée pour répondre à mon questionnement.

2.3 Le choix du terrain de recherche

Afin de répondre concrètement à ma question de recherche, je propose d'étudier le cas de l'émission *Les Bougon : C'est aussi ça la vie* de Radio-Canada. Cette émission a connu un succès considérable durant la saison d'hiver 2004. Non seulement a-t-elle représenté l'émission la plus populaire de Radio-Canada durant cette période, mais elle s'est également placée, selon les sondages BBM, en troisième position du palmarès des émissions francophones les plus regardées (www.infopresse.com, 2004). Toutefois, ce n'est pas uniquement le succès de l'émission, mais aussi la controverse qu'elle a soulevée qui ont dirigé mon attention vers elle.

Les Bougon, c'est une famille d'assistés sociaux qui fait tout pour ne pas devoir travailler et ne pas se conformer à la société. Mais c'est également l'histoire d'une famille où la solidarité passe avant tout.

Ils sont sales, vulgaires, malhonnêtes, râleurs, incultes... mais heureux. L'ardeur et la débrouillardise qu'ils mettent à baiser ce système qui les baiserait s'ils n'étaient pas vigilants sont belles à voir. L'indifférence générale de la population et des institutions est la faille au travers de laquelle ils se faufilent pour ramasser le magot. Traqués par cette justice inventée par et pour les quelques privilégiés qu'elle arrange, les Bougon multiplient les mensonges, graissent les bonnes pattes et demeurent unis par leur mode de vie. (www.radio-canada.ca, consulté le 9.08.04)



Grâce à ses personnages et à son contenu controversé, l'émission *Les Bougon* a suscité de nombreuses réactions dans la presse et dans la société québécoise. Pourquoi tant de réactions ?

Comme nous l'avons vu précédemment, une perspective qualitative et interprétative essaie de comprendre l'univers de l'individu interrogé, car tout individu est sujet interprétant. Ses interprétations lui sont spécifiques et elles sont étroitement liées à son expérience personnelle du monde. L'interprétation que chaque individu fait de l'émission *Les Bougon* est donc intimement liée à son propre cadre de référence, à ses valeurs, à sa situation sociale, à sa culture, etc. L'analyse des différentes interprétations permettra de mieux comprendre comment le sens qui est donné à cette émission est construit conjointement par et à travers les différents moments du *circuit de la culture* et leur articulation.

Pour comprendre concrètement comment les cinq moments du *circuit de la culture*, participent à construire le sens accordé à l'émission, j'ai interviewé treize personnes. De

celles-ci, j'ai rencontré les deux auteurs, le producteur/réalisateur¹³, une représentante de la programmation du diffuseur, ainsi que neuf téléspectateurs. À travers les propos des personnes interrogées et les liens qu'ils proposent, le but des entrevues était de comprendre le sens que chaque personne accorde à l'émission. D'autre part, les entrevues avec les différents acteurs ont permis de comprendre comment le sens se construit à travers différentes pratiques, comment ces pratiques articulent les différents moments du *circuit de la culture* et comment ces derniers sont imbriqués et se répondent.

Après avoir discuté de la pertinence de l'entrevue comme outil de recherche pour cette étude et après avoir présenté le choix du terrain et celui des différents participants, je vais à présent exposer un compte rendu du travail de terrain.

2.3.1 Le travail de terrain

Préparation des entrevues : les guides d'entrevues

En définissant les thèmes centraux de l'entretien, la préparation de guides d'entrevues a permis de structurer et d'organiser mes entrevues.

Le schéma d'entrevue préparé préalablement doit être vu comme un outil souple et flexible. C'est un aide-mémoire que le chercheur utilise afin de s'assurer que les thèmes prévus sont abordés. Les questions formulées vont s'y greffer et elles auront pour but d'aider l'interviewé à organiser son discours. (Savoie-Zajc, 2003, p.308)

Ce guide permet au chercheur de diriger la conversation et garantit que l'entrevue ne s'éloigne pas de l'intérêt de recherche. Mes grilles d'entrevue (annexe 2), tout en étant assez structurées restaient ouvertes, car je cherchais à faire parler mes répondants pour connaître leurs interprétations et pour comprendre les liens qu'ils faisaient. C'est la

¹³ La personne rencontrée, occupait lors de la première saison le poste de producteur délégué, et est devenue le réalisateur de l'émission durant la deuxième et troisième saison. Dans l'entrevue, cette personne parlait au titre de producteur et de réalisateur, me permettant de faire d'une pierre deux coups. J'utiliserai donc le terme « producteur/réalisateur » pour rendre compte de la double fonction de cette personne.

subjectivité de chaque individu qui lui permet de faire des liens, et grâce à l'ouverture et à la souplesse des guides d'entrevue, j'ai pu y accéder.

Pour construire mes guides, je me suis servie des concepts théoriques développés précédemment, notamment ceux du *circuit de la culture* (Du Gay *et al.*, 1997), ainsi que ceux du modèle *encoding/decoding* de Hall (1980, 1994a). Par exemple, pour connaître et comprendre les différentes interprétations de l'émission, j'ai demandé aux répondants de me parler de l'émission, de la famille, des personnages, de ce qu'ils ont aimé, de ce qu'ils n'ont pas apprécié, etc.

Pour comprendre la culture de production, c'est-à-dire les différentes pratiques reliées à la production de l'objet culturel (Du Gay, 1997), j'ai questionné les auteurs, le producteur/réalisateur et le diffuseur sur le processus de production, leur culture de travail, leur rôle, leur collaboration, etc. Par exemple, en incitant les répondants à parler des contraintes, des règles, des normes et des valeurs, diverses relations de pouvoir ont émergé.

Les entrevues avec les téléspectateurs ont eu lieu après celles avec les auteurs et le producteur/réalisateur, je me suis donc servie des informations obtenues dans ces premières entrevues pour construire les guides pour les téléspectateurs. Dans leurs entrevues, les auteurs et le producteur/réalisateur parlaient exhaustivement de certains épisodes, indiquant ainsi le message qu'ils voulaient transmettre et l'interprétation qu'ils en faisaient. L'auteur X par exemple, a parlé de l'épisode sur la naturopathie. Avant les rencontres, j'ai demandé aux téléspectateurs de regarder une cassette vidéo contenant trois épisodes de *Les Bougon*, incluant entre autres l'épisode sur la naturopathie. Durant l'entrevue, je leur ai demandé de décrire les épisodes et leurs contenus, ce qui m'a donné accès à leurs interprétations personnelles de l'émission. En expliquant ce qu'ils avaient compris des différents épisodes, les gens m'indiquaient le sens qu'ils leur accordaient. En discutant du même épisode avec tous les interviewés, j'espérais faire ressortir les liens existants entre les différents moments du *circuit de la culture*. Ensuite, j'ai pu analyser, comparer et relier ces liens, pour finalement laisser apparaître la construction conjointe de sens émergeant à travers les points de vues des différents acteurs et à travers les différents moments du *circuit*. Il n'était pas toujours facile de faire parler les

répondants de leurs interprétations, car l'interprétation est un concept abstrait. L'utilisation d'exemples concrets de l'émission a grandement facilité cette tâche, car les répondants ont pu se servir de ces exemples pour s'exprimer. De plus, le fait que les téléspectateurs aient l'occasion de regarder quelques épisodes avant l'entrevue leur a permis de se remettre dans le contexte de l'émission.

Le choix des répondants

Savoie-Zajc (2003) explique que les recherches appartenant au paradigme interprétatif privilégient les échantillons du type intentionnel, non probabiliste, dans lesquels les répondants sont choisis parce qu'ils ont une expertise pertinente par rapport à l'objet de recherche et parce qu'ils sont capables de la verbaliser. Ce sont là des principes que j'ai appliqués pour tous mes répondants. Le critère qui a permis de choisir les répondants faisant partie du domaine médiatique était celui d'avoir étroitement et activement participé à la réalisation de l'émission. Les personnes devaient être dans une position décisionnaire afin d'intervenir dans le processus de production de l'émission. Il était important d'avoir la participation des deux auteurs, car ce sont eux qui sont à l'origine de la création. De plus, je voulais inclure dans mes répondants un membre de l'équipe de production, afin de mieux comprendre son rôle dans la création de cette émission, ainsi que les structures de production et de travail. Finalement, il était important de pouvoir compter sur la participation d'un membre exécutif du diffuseur pour comprendre les structures de travail et le rôle que le diffuseur joue dans ce processus culturel. Le but était de pouvoir interviewer les différentes personnes qui participent à la création du produit culturel aux différents moments du processus.

Un critère simple a servi pour choisir les téléspectateurs : ils devaient être assez familier avec l'émission pour pouvoir me parler de son contenu et pour articuler leurs interprétations personnelles. Dans cette recherche, étant donné ce choix de répondants, je ne cherche pas à atteindre la représentativité, car je mise sur la qualité plutôt que la quantité. J'ai plutôt tenté d'avoir un bassin d'intervenants diversifié pour enrichir les points de vues. Pour Kaufmann (2001), le matériel et les données de terrain dans l'entretien compréhensif représentent le point de départ d'une enquête en profondeur qui

révèle la complexité des choses. Face à cette complexité et à cette richesse, les critères classiques d'échantillonnage et de représentativité comme l'âge, la profession, la situation familiale, etc., deviennent moins importants. Pour lui, l'idéal est de retenir ces critères classiques, tout en sachant que dans une démarche qualitative, un « échantillonnage » ne peut pas être considéré comme étant représentatif. Il ajoute que dans l'entretien compréhensif, plutôt que de constituer un « échantillon », l'important est de bien choisir les répondants. En recherche qualitative, le but est de produire le maximum d'informations ; il n'est donc pas si important que « l'échantillonnage » soit petit ou grand, pourvu qu'il produise de nouveaux faits (Deslauriers 1991). Savoie-Zajc (2003) souligne que le critère à utiliser pour déterminer le nombre de personnes à inclure dans la recherche est celui de la saturation des données. Elle affirme que le chercheur peut se doter d'un nombre initial de répondants, lequel est modifié en cours de recherche selon le degré de saturation atteint. La grandeur de « l'échantillon relève des besoins de la recherche, du jugement du chercheur, et de la saturation des catégories » (Deslauriers, 1991, p.58). Dans mon cas, je suis partie de l'idée de réaliser entre dix et quinze entretiens, pour finalement en effectuer treize.

L'entrée sur le terrain : l'effet boule de neige

Les premiers contacts avec les auteurs et les producteurs se sont faits à travers la maison de production, qui a accepté de les contacter de ma part pour leur proposer de participer à ma recherche. Une lettre de présentation, introduisant le projet de recherche, a été envoyée à la maison de production et cette dernière s'est chargée de la transmettre aux auteurs et aux producteurs. La réponse des auteurs a été immédiate et positive, et le sujet de ma recherche a suscité un grand intérêt de leur part. Une première haie a ainsi été franchie.

La réalisation d'une entrevue avec l'un des producteurs et celle avec la directrice de la programmation de Radio-Canada sont le résultat d'un réel effet de boule de neige et d'une très grande ouverture de la part du milieu médiatique à mon sujet de recherche. Après avoir contacté les deux auteurs et avoir éveillé leur intérêt pour ma recherche, j'ai été invitée à l'avant-première du dernier épisode de la deuxième saison de

l'émission *Les Bougon*. Assise aux côtés des journalistes des médias montréalais, j'ai assisté à ce spectacle de marketing, qui m'a essentiellement permis de créer des contacts, mais aussi d'avoir une petite idée de la stratégie de marketing du diffuseur. Grâce à ces nouveaux contacts, je me suis vue accorder une entrevue par le producteur/réalisateur et par la directrice des longs-métrages et des séries dramatiques du diffuseur.

Pour trouver des téléspectateurs disposés à participer à ma recherche, plusieurs scénarios étaient envisageables, comme des petites annonces dans des journaux, dans les commerces de quartiers, dans des CEGEPS et des Universités. Cependant, l'envoi d'un simple courriel de recrutement à l'ensemble de mes contacts, leur demandant de faire passer ce message à leur tour, a porté fruit, rendant les autres stratégies inutiles. Un réel effet de boule de neige ! Le courriel de recrutement m'a permis de trouver suffisamment de personnes pour avoir des données riches et diversifiées, et pour parvenir à la saturation des données.

Une fois le terrain préparé, il était temps de passer à l'action. Les treize entrevues se sont tenues entre les mois de mars et juin 2005 et ont eu lieu soit dans des cafés, soit au domicile des répondants ou à l'université. La durée des entrevues fut très variable, durant entre une et deux heures, dépendamment de la collaboration des répondants.

Comme je l'ai mentionné en début de chapitre, je me suis efforcée de créer une ambiance agréable et de bâtir une relation de confiance avec mes répondants, afin que le climat de l'entrevue soit propice à la cueillette de données riches et révélatrices. Deslauriers (1991) souligne que le principe fondamental de l'entrevue en recherche qualitative est de fournir un encadrement à l'intérieur duquel les personnes interrogées peuvent exprimer leur compréhension des choses dans leurs propres termes. Selon lui, c'est le climat dans lequel l'entrevue se déroule, et non les questions, qui décide de la qualité des réponses.

La règle d'or de tout intervieweur est l'acceptation inconditionnelle de ce que dit la personne [...] La courtoisie et l'intérêt sincère du chercheur pour ce que la personne interrogée a à dire donnera à celle-ci un sentiment de satisfaction et augmentera son plaisir à parler, spécialement si elle a

l'impression de donner des renseignements importants [...]. (Deslauriers, 1991, p.35)

Ainsi, durant toutes mes entrevues, j'ai fait de cette écoute active une priorité. En me montrant intéressée à ce que les personnes me répondaient, je leur montrais que ce qu'elles disaient était important pour moi et ceci les incitait à me parler plus encore.

Des enregistrements sonores ont permis de sauvegarder les données récoltées lors des différentes rencontres. Comme nous le verrons dans les lignes qui suivent, j'ai par la suite transcrit les enregistrements, pour finalement débiter l'analyse de mes données.

2.3.2 L'analyse des données, un vrai casse-tête

Mon expérience d'analyse de données pourrait être comparée à la construction d'un casse-tête : cette analyse exige beaucoup de patience. Cependant, au fur et à mesure qu'on avance, on commence à reconnaître une image. L'analyse de données est un processus créatif d'organisation des données qui permet de rendre visible un schéma analytique. Tout comme dans l'élaboration d'un casse-tête, on construit, défait et reconstruit l'organisation des données (les pièces) pour finalement en dégager une image ou un modèle analytique. Morse (1994) affirme que l'analyse des données se réalise par les processus de compréhension, de réduction ou de théorisation, d'abstraction et de recontextualisation, dans un va-et-vient entre le concept et le concret, entre le terrain et la théorie. La question de recherche, la littérature, les concepts théoriques, leur « traduction » en questions d'entrevue, ainsi que les données recueillies sur le terrain ont permis de guider l'analyse dans des allers-retours entre ces divers éléments.

De façon générale, je peux dire que ce processus n'étant pas linéaire, il est difficile de rendre compte de cette expérience par écrit, en étapes précises. En effet, si l'analyse a bien un début et une fin, le chemin pris pour y parvenir est plein de méandres. Il est surtout caractérisé par quelques pas en avant, suivis de quelques-uns en arrière, pour finalement repartir dans une direction quelque peu différente.

En effet, les frontières entre les différentes étapes sont assez floues. Pour réaliser une analyse de données, il faut se laisser porter par ses données et par ses réflexions, suivre ses instincts, mais les vérifier finalement. C'est probablement pour ça que Morse (1994) décrit le processus d'analyse comme quelque chose de presque magique. Ce chercheur divise le processus d'analyse de données en quatre étapes: *la compréhension, la synthèse, l'abstraction et la recontextualisation*. Comme je l'ai dit auparavant, je ne peux pas dégager et délimiter exactement toutes ces étapes dans mon expérience, car le processus n'est pas linéaire, mais en rétrospective, il me semble que je suis passée par toutes ces étapes.

Le début de l'analyse a commencé pour moi lors de la retranscription des entrevues. Un travail un peu pénible et monotone, mais très important, car m'ayant permis de me familiariser avec les données. Les transcriptions se sont faites au fur et à mesure que les entrevues ont eu lieu pour assurer que le souvenir de l'entrevue soit encore frais. Comme le soulignent Demers (2003) et Groleau (2003), la retranscription immédiate des données est essentielle, car « il est important d'avoir encore fraîchement en mémoire le contexte dans lequel s'est déroulé l'entretien, ainsi que le langage non verbal du participant pour en rendre compte dans la transcription » (Demers, 2003, p.198). Groleau (2003) note que la retranscription des données de terrain permet au chercheur de mieux comprendre son expérience de terrain. Donner une forme écrite à ses données « permet à la fois de revivre une expérience intense et de l'objectiver, d'y participer à nouveau tout en l'observant à froid » (Winkin, 2001, p.163).

Une fois les transcriptions terminées, j'ai réécouté les entrevues. Le fait d'entendre la voix des intervenants m'a permis de revivre l'ambiance de l'entrevue, les propos tenus, ainsi que des intonations particulières lors de certaines réponses. Ensuite, j'ai relu les retranscriptions plusieurs fois avant de commencer la véritable analyse, tout simplement pour m'imprégner davantage de la conversation et pour que se construise une relation avec les données (Morse 1994). C'est d'ailleurs à ce moment que les données ont commencé à me parler. Inquiète de passer à des interprétations trop hâtives, j'ai noté ces premières intuitions dans un cahier pour ne pas les perdre, mais avec le but de vérifier si

ces idées provenaient bel et bien des données brutes. Toutes ces pratiques m'ont permis de réaliser la première étape du processus d'analyse décrite par Morse (1994), *la compréhension*.

J'ai choisi de traiter les données en recourant à l'analyse de texte assistée par ordinateur. Le logiciel *NVivo*¹⁴ m'a paru un outil adéquat pour mener mon analyse. *NVivo* est un logiciel d'analyse de données non-structurées telles que celles que j'ai recueillies par mes entrevues. Les logiciels de traitement de données qualitatives permettent de coder et catégoriser les textes, de les annoter et de rechercher dans tout le corpus les citations liées à une catégorie (Demers 2003). Cependant, la démarche d'analyse que le chercheur doit faire reste la même, qu'il travaille avec ou sans logiciel. Il doit créer, modifier et regrouper les nœuds (catégories), coder les textes, indiquer le début et la fin des passages pertinents, etc. Dans un va-et-vient entre les données brutes et les catégories émergentes, le logiciel permet d'effectuer une catégorisation progressive. C'est ce caractère itératif de l'analyse que le logiciel facilite. Les données brutes deviennent comme un lieu d'élaboration du sens. Le logiciel ne fait pas le travail pour nous, mais il représente comme Canet le dit : « une «boîte à outils» facilitant le déchiffrement et l'analyse d'un corpus qui se présente *a priori* comme un vaste ensemble de propos disparate » (Canet, 2004, p.10). Dans ce sens, ce logiciel me servait surtout à garder une vue d'ensemble sur la montagne de données que j'avais récoltées. De plus, le logiciel a permis de faire des liens et de croiser facilement les différents nœuds. Il permet par exemple de faire des rapports de codage consistant en un résumé du codage affichant tous les extraits de textes retenus, organisés soit par nœud soit par entrevue. Il est donc facile de jouer avec les catégories pour y voir des liens, les regrouper et finalement découvrir des résultats pertinents.

Dans un premier temps, l'analyse consistait à réaliser un codage primaire des données. Pour ce faire, j'ai codé cinq entrevues, créant les nœuds au fur et à mesure qu'ils émergeaient des textes. À chaque fois qu'une nouvelle idée était abordée dans le texte, je créais un nouveau nœud. À ce moment, les titres des nœuds représentaient des mots

¹⁴ *NVivo* représente en fait une version remaniée du logiciel NUDIST.

clefs qui apparaissaient dans les réponses de mes interlocuteurs et qui incluaient tous les extraits de texte qui se référaient à une idée en particulier.

Après ce codage primaire, une étape intermédiaire a permis de regrouper des noeuds récurrents et de faire un retour théorique pour évaluer la cohérence entre les catégories émergentes, les concepts théoriques et la question de recherche. Le logiciel m'a permis de synthétiser les données en m'offrant des rapports de codage, qui m'ont donné une meilleure vue d'ensemble sur les données et sur les noeuds d'analyse. J'ai relu les extraits de texte apparaissant dans les différents noeuds afin de m'assurer qu'ils reflétaient bel et bien les données brutes.

Après avoir regroupé et consolidé les catégories et sous-catégories, j'ai continué le codage des autres entrevues. Une fois toutes les entrevues codées, j'ai étudié les 98 noeuds qui ont émergés du codage. Le regroupement de différents noeuds récurrents d'une part, et la création de catégories principales et de sous-catégories d'autre part, ont permis de réduire le nombre de noeuds à 35. Ainsi, j'ai par exemple fusionné la catégorie « limites » avec la catégorie « contraintes/difficultés », car toutes deux parlent essentiellement de la même chose, c'est-à-dire des contraintes auxquelles l'émission a été confrontée. Le regroupement de toutes les catégories qui concernent les relations de travail dans le nœud « collaboration » en est un autre exemple. Le codage et la catégorisation des entrevues a permis de réaliser la deuxième étape, *la synthèse*.

Ainsi, en jouant avec les diverses catégories, en les combinant de manière différentes et en relisant les extraits de texte de chaque catégorie, des liens sont apparus et des pistes d'analyse ont émergé. Pour enrichir les entrevues et les pistes d'analyses, j'ai également inclus dans mes données des articles de journaux au sujet de l'émission, ainsi que des entrevues que les auteurs, les producteurs et le diffuseur ont accordées aux différents médias du Québec. Je ne prétends pas avoir fait une recherche exhaustive des articles et entrevues au sujet de l'émission, car mon but était simplement d'enrichir les données d'entrevue par des sources d'informations complémentaires.

Dans un aller-retour entre le concret et l'abstrait, c'est-à-dire entre le terrain et la théorie (modèle, concepts, grille d'entrevue, etc.), les différentes pistes d'analyses se sont solidifiées et clarifiées. Petit à petit, je me suis éloignée du contexte concret de

l'entretien pour commencer à théoriser et à répondre à mon questionnement de recherche. Morse (1994) définit l'étape de *l'abstraction* comme la sélection systématique et le « fitting » de modèles alternatifs aux données. Dans ce va-et-vient du concret à l'abstrait, cette étape permet de passer d'une situation particulière à une explication conceptuelle. Ainsi, j'ai pu identifier les articulations entre les différents moments du *circuit de la culture*, la construction conjointe et la circulation du sens.

L'étape de *l'abstraction* réalisée, j'ai pu passer à *la recontextualisation*. J'ai donc commencé la rédaction d'une synthèse d'analyse, dans laquelle le défi principal était de trouver une stratégie d'écriture adéquate pour la présentation de mes résultats. Après plusieurs essais, j'ai opté pour le découpage tel que présenté dans le chapitre « Analyse et discussion : les portes que j'ai ouvertes ». La discussion proposée dans cette partie permet de recontextualiser les analyses, afin de montrer que les « résultats » de cette recherche peuvent être transférés dans d'autres contextes. À cette étape, le pendule concret-concept revient au concret pour fermer le cycle. De plus, la discussion m'offre la possibilité de proposer des pistes d'analyses qui n'ont pas pu être explorées dans le cadre de cette recherche, mais qui mériteraient à mon avis plus d'attention.

2.3.3 L'évaluation de la qualité du travail de recherche

Pour juger de la validité et de la fiabilité, la recherche qualitative a pris une direction particulière. Comme Poupert *et al.* (1997) le soulignent, il existe une diversité de positions par rapport à l'évaluation de la qualité et de la scientificité d'une recherche, appelant à une application plus ou moins poussée de l'un ou de l'autre critère, en fonction de la position épistémologique que le chercheur adopte.

Holloway et Tordes (2003) affirment que des définitions précises pour l'évaluation de la qualité des recherches dans les approches qualitatives n'ont pas encore été déterminées. De même, Seale (1999) reconnaît que les termes « validité » et « fiabilité » ne sont pas adéquats pour les recherches qualitatives, alors que Morse, Barrett, Mayan, Olson, et Spiers (2002) argumentent le contraire. Pour Morse *et al.* (2002), les concepts de validité

et de fiabilité sont prépondérants, et ils peuvent par conséquent être utilisés dans tous les paradigmes scientifiques. Ces chercheurs argumentent que le terme « valider » signifie investiguer, contrôler, questionner et théoriser, car toutes ces activités permettent d'assurer la rigueur de la recherche qualitative. Que la méthode soit qualitative ou quantitative, la rigueur est réalisée à travers différentes stratégies de vérifications. Ces stratégies peuvent varier d'un paradigme à l'autre, mais le terme « validité » est selon Morse *et al.* (2002) le mieux situé pour décrire ce processus.

Holloway et Tordes (2003) soulignent l'importance d'appliquer et de rendre explicite une position épistémologique, c'est-à-dire d'explicitier la relation entre le chercheur et son objet, afin d'esquisser de façon cohérente les revendications empiriques. En tant que chercheur crédible, même si nous n'aimons pas les termes « validité » et « fiabilité », nous sommes responsables d'être explicites sur le statut épistémologique de nos résultats et sur ce que nous revendiquons à travers ceux-ci (Holloway et Tordes, 2003). En m'appuyant sur Holloway et Tordes (2003), je propose de remplacer le terme validité par les termes crédibilité, vraisemblance et authenticité. Contrairement aux critères qui sont habituellement utilisés pour évaluer la validité et la fiabilité d'une recherche, ceux qui sont proposés par Holloway et Tordes (2003) ont l'avantage d'être adaptés à une démarche qualitative, permettant ainsi de valider ce projet de recherche.

Deslauriers (1991) associe la crédibilité à la vraisemblance des données recueillies sur le terrain. Le but est d'assurer que la compréhension que le chercheur dégage du phénomène à l'étude reflète bien les données de terrain. De plus, il faut vérifier si le chercheur a bien interprété le sens des propos émis par les personnes (Savoie-Zajc, 2002). Dans le cadre de cette recherche, l'enregistrement sonore et la transcription précise et rigoureuse des entrevues ont permis de sauvegarder l'authenticité des données de terrain. De plus, en assurant un retour constant aux données brutes lors de l'analyse, je pense avoir pu faire une synthèse authentique des propos des personnes interrogées. Afin de valider mes interprétations, j'ai ajouté dans la présentation des analyses des extraits d'entrevues clés qui m'ont amenée à tirer mes conclusions. De ce fait, je pense que le lecteur peut suivre et comprendre ma réflexion et mon interprétation. Ces initiatives assurent la rigueur de ce travail de recherche, tant au moment de la cueillette des données, qu'à celui de la transcription, de l'analyse des données et de la rédaction.

De plus, j'ai fait de la réflexivité un point central de l'ensemble du processus de recherche. En gardant un regard critique sur mes actes, mes réflexions, mes interprétations et ma position de chercheure, je pense avoir maintenu une position réflexive. Finalement, le fait de décrire mon processus de recherche me permet de garantir la rigueur, la vraisemblance, l'authenticité et la crédibilité de cette recherche et de ses résultats.

Pour ce qui est de la portée scientifique de cette recherche, Demers (2003) et Deslauriers (1991) proposent qu'au lieu de viser la généralisation, il faille penser en termes de transférabilité d'un contexte à un autre. Groleau (2003) soutient cet argument : « [...] au lieu de prétendre que les conclusions de l'étude peuvent être généralisées, la transférabilité suppose que les résultats de la recherche aient un pouvoir explicatif qui dépasse le cadre de l'étude dans laquelle ils émanent » (Groleau, 2003, p.238). Il s'agit de savoir si la connaissance produite dans le contexte spécifique permet de comprendre d'autres contextes. Étant donné que le but de cette recherche est de mieux comprendre le processus de construction et de circulation de sens dans une émission télévisée, je pense que du point de vue analytique, mes résultats sont transférables à d'autres recherches. Comme nous le verrons dans la discussion de ce mémoire, même si des éléments circonstanciels et spécifiques ont marqué cette recherche, cette dernière montre comment le sens d'une émission de télévision se construit dans et par l'articulation de processus culturels distincts. Ces résultats sont donc pertinents pour toute autre recherche qui analyserait la construction de sens dans une émission télévisée.

3. Analyse et discussion : les portes que j'ai ouvertes

Abordant l'émission *Les Bougon* en termes du *circuit de la culture*, ce chapitre analysera et discutera de la circulation et de la construction conjointe de sens dans cette émission, en explorant l'articulation des processus culturels distincts qui forment le circuit culturel.

La stratégie d'écriture utilisée pour présenter et discuter les analyses découle d'un résultat majeur de cette recherche. Afin de présenter l'interpénétration des éléments, il est impossible de découper le *circuit de la culture* en ses moments distincts. Étant donné que les cinq moments du *circuit* sont imbriqués les uns dans les autres et se répondent (Du Gay *et al.*, 1997), et que l'objectif de cette recherche est de montrer comment tous ces moments sont liés et articulés, et comment ils se construisent, n'existant que par la présence des autres, il est préférable de garder le circuit intact. La circulation des différents éléments ne se fait donc pas selon des étapes successives ou selon une chronologie particulière, mais plutôt au travers de plusieurs éléments qui se répondent. Il me semble donc important de mettre le *circuit*, sa complexité, ses liens et ses articulations en premier plan. Au lieu de présenter chaque moment du *circuit* séparément, j'ai plutôt choisi de souligner leurs différentes articulations.

Les différents titres et sous-titres qui découpent ce chapitre doivent être vus comme des « portes ». Derrière chacune d'entre elles, il y a un endroit me permettant de saisir une des parties d'un phénomène plus complexe et difficilement découpable, étant donné sa nature non-linéaire. Cette métaphore me permet ainsi de présenter au lecteur le phénomène dans sa totalité et dans sa complexité. C'est comme si je me promenais dans un grand château. Imaginez-vous dans une de ces fresques historiques, flânant au milieu d'une fête aux temps de la Renaissance. On ne sait pas qui habite dans ce château-là, on y rencontre toute sorte de gens, le roi, la cours du roi, les musiciens. Il y a plein de choses qui se passent en même temps, la distraction est omniprésente et je ne sais plus où donner de la tête. Entraînée par les gens qui font la farandole, je me promène dans ce

château et j'essaie de comprendre qui y vit, ce qui s'y passe et quels sont les liens entre les personnes qui y circulent, y habitent peut-être, mais qui sont là lorsque je m'y promène. Le château est gigantesque, les longs couloirs mènent à différentes pièces qui communiquent les unes avec les autres par différentes portes. Il y a tellement de pièces, tant de portes, tant de personnages ! Comment faire pour s'y retrouver ? Il y a même une aile du château qui est en construction et je devine des passages secrets derrière les bibliothèques, il me semble qu'il est impossible de visiter et de connaître ce château complètement.

À chaque porte que j'ouvre et à chaque seuil que je franchis, je découvre une autre pièce de cette propriété et je commence petit à petit à comprendre ce qui s'y passe. Les portes que j'ouvre et les pièces que je vous propose de découvrir me permettent d'analyser ce phénomène ou au moins de m'y essayer. Elles me permettent aussi d'illustrer les liens et les articulations des différents moments du *circuit de la culture* dans le cas *des Bougon* et de vous montrer que tous les moments sont entremêlés, qu'ils se répondent et que le tout est fluide et bouge constamment. L'ordre suivant lequel j'ouvre les portes n'a pas vraiment d'importance, la découverte de ce château pourrait se faire par divers chemins, et celui que j'ai choisi est particulier à cette recherche.

Les portes d'entrée et les pièces qu'on y découvre représentent des points d'articulation qui représentent des lieux où tous les chemins se croisent, une constellation particulière des liens qui existent entre les différents moments du *circuit*. Ils représentent des points névralgiques dans le processus culturel de l'émission *Les Bougon*. Comme des halls imposants par lesquels tous le monde devrait passer pour se rendre à une autre pièce, ces points d'articulations représentent des passages obligés pour comprendre comment le sens accordé à l'émission *Les Bougon* se construit à travers l'articulation de multiples acteurs et de leurs pratiques.

Les portes que j'ouvre dans ce chapitre sont le fruit de mes analyses. Elles ont émergé de mes données de terrain et représentent les liens que mes répondants ont faits durant ces entrevues. Par exemple, la porte qui nous amène à la scène du chat a été ouverte par mes interlocuteurs. Ce sont les répondants eux-mêmes qui ont amené ce sujet sur la table et qui ont commencé à m'en parler. Étant donné que la majorité des répondants m'ont parlé

de cette scène, je peux la considérer comme un point d'articulation dans la construction de sens.

En passant du personnage de Junior à la scène du chat, aux éléments de pouvoir, au contexte et à l'actualité, je vous propose donc de me suivre dans cette visite guidée d'un des châteaux du roi soleil et de jeter un coup d'œil derrière les portes pour voir ce qui s'y cache.

3.1 *Junior Bougon et ses amis*

À travers le personnage de Junior et certains de ses amis, je vais tenter de montrer comment s'articulent les différents moments du *circuit de la culture* dans le cas de l'émission *Les Bougon*. La création du personnage de Junior représente un exemple par lequel je peux montrer l'articulation de ces moments et la circularité du processus culturel.

3.1.1 La création conjointe de Junior : un circuit dans le circuit

Les entrevues ont permis de comprendre que le personnage de Junior a parcouru un long chemin avant de se rendre à l'écran, tout comme l'émission *Les Bougon* en général. Comme un petit bonhomme de pâte à modeler sur lequel plusieurs personnes travaillent, Junior a changé de forme au cours de sa vie. Chaque personne qui a travaillé sur le bonhomme de pâte à modeler a, à tour de rôle, laissé ses empreintes sur son corps, modifié sa forme, allongé ses jambes, raccourcis ses bras, ajouté un nombril, etc. Je vous propose dans cette partie de faire un grand zoom sur le moment de la production pour regarder comment, à travers le personnage de Junior, les différents acteurs et leurs

pratiques se sont articulés au sein de ce moment, tout en gardant à l'esprit que ce moment n'est pas détachable du reste du *circuit*.

Au début, Junior se voit attribuer ses contours originels par rapport à ce que le premier auteur (auteur X) a imaginé. L'auteur X lui alloue ainsi certaines caractéristiques, une certaine personnalité, un physique particulier etc. À ce moment, personne d'autre n'a rencontré ni modelé ce prototype de Junior. Pour l'instant, seul l'auteur a laissé ses empreintes sur ce bonhomme de pâte à modeler qui commence à prendre forme. À ce stade, le portrait de Junior ressemble à ce qui suit: Junior a 24 ans et c'est le fils aîné de la famille, il n'est pas très intelligent, mais il a un grand cœur. Il est spontané, agissant parfois avant de réfléchir. Il est parfois maladroit, c'est souvent lui qui met « les pieds dans le plat ». Junior est un solitaire. Il possède peu de compétences sociales, car son univers est composé uniquement de sa famille, et quand il sort de cet univers, il manque d'habiletés sociales, notamment auprès des femmes. Au sein de la famille, Junior a le rôle d'exécutant. Il suit la philosophie que lui a enseignée son père et il exécute les mauvais coups que ce dernier a concoctés :

Junior, c'est l'espèce de pas intelligent, mais un grand cœur, mais trop spontané. Qui est *wise* quand c'est le temps, quand il a comme le réflexe..., il va mener des magouilles qui sont au-dessus de son intelligence, parce qu'il était bien briefé par son père [...], un bon exécutant. (Auteur X)

À l'origine, Junior ressemblait physiquement à un grand maigre ! L'auteur le décrit alors comme « un p'tit vite, [...] un espèce de mélange de Louis-José Houde et Guillaume Lemay-Thivierge » (Auteur X).

Une fois le personnage conçu et mis sur papier par l'auteur (X), Junior passe à travers les mains d'un second auteur, l'auteur Y. C'est par souci de qualité que le premier auteur demande à un ami scripteur de lui offrir son regard critique par rapport aux textes et aux personnages *des Bougon*. Celui-ci donne donc son avis et ses commentaires par rapport aux textes et par rapport au personnage de Junior. En travaillant conjointement de la sorte, les deux auteurs co-construisent littéralement l'émission et les aventures de Junior.

Ils se consultent pour écrire les épisodes et c'est donc à deux que le sens, le message, l'image de la famille et ce qu'elle représente se construisent. Le bonhomme de pâte que le premier auteur a modelé est retouché par les mains du deuxième auteur. Ainsi, il laisse à son tour ses empreintes sur le bonhomme, tout comme le premier auteur auparavant. Mais vu que son pouce était quelque peu plus grand que celui de l'auteur X, le nombril du bonhomme sera désormais un peu plus visible !

Lors de la distribution des rôles, alors que les auteurs étaient encore en train d'écrire les épisodes de la première saison, l'un des producteurs propose que le rôle de Junior soit joué par le comédien Antoine Bertrand :

[...] au départ Junior c'était supposé être un grand maigre. Et moi j'aimais ça cette idée là. Et puis, C'est Claude le mari d'Anne qui a proposé : « ah regarde, Antoine Bertrand, le comédien, je le verrait faire Junior. » Et Xavier l'a vu et il a fait : « ah oui, ok, ça marche ». (Auteur Y)

Physiquement Antoine Bertrand ne ressemble pas vraiment à un grand maigre, au contraire, il est plutôt bien enrobé. L'auteur accepte la proposition du producteur, et Junior sera désormais gros. Junior reçoit un visage et un corps avec l'arrivée du comédien qui va l'incarner, et ce physique précis influence à son tour les aventures qu'il va vivre, l'image véhiculée et l'interprétation que les gens vont faire du personnage. Par exemple, les rondeurs de Junior ont permis à l'auteur d'aborder le sujet de l'obésité et d'explorer l'univers et les problématiques de cet univers. En contrepartie, Junior ne peut jamais devenir un membre des Chippendales ou participer à un triathlon ! Cependant, il peut devenir lutteur professionnel et utiliser sa force et son poids pour intimider et menacer les autres. Le nouveau physique de Junior influence aussi l'écriture des auteurs, qui doivent adapter leurs idées à ce nouvel élément. Alors que l'auteur Y était inspiré par le fait que Junior soit un grand maigre : « Fait qu'on avait ce comédien là dans la tête. Moi au départ j'avais l'idée d'un grand maigre, ça m'allumait cette idée là » (Auteur Y), il a dû chercher d'autres idées avec l'arrivée des kilos supplémentaires.

À travers l'obésité de Junior, l'auteur X a également trouvé un moyen de réaliser un de ses buts : offrir au public une série télévisée qui diffère aussi du point de vue esthétique par rapport à ce qu'il a l'habitude de voir :

Et en mettant Junior obèse finalement, et en se servant des physiques plus ingrats, et en les montrant pas à leur avantage, ça contribuait à ce que je disais au début, de montrer autre chose que cette belle télé propre, de petit bourgeois qu'on voyait tout le temps. (Auteur X)

La vie de Junior s'est donc transformée avec l'arrivée du comédien qui allait l'incarner. C'est le comédien qui va lui donner un physique concret, une voix, une démarche etc. Junior est désormais un jeune homme avec une grosse bedaine qui dépasse de son chandail et de longs cheveux bouclés, souvent dégoulinants de gras. Junior parle avec la voix d'Antoine Bertrand, il rit comme Antoine et il marche comme Antoine.

Le comédien prête non seulement son corps à Junior, mais, par la façon dont il traduit le personnage sur papier en personnage réel, il participe également à sa création. Cette traduction dépend de l'interprétation que le comédien fait du personnage décrit dans les scripts.

Quand le comédien Antoine Bertrand arrive sur le plateau de tournage pour tourner un épisode, il a lu le texte, il l'a interprété, il s'est imaginé comment il pourrait jouer telle ou telle scène. Même si c'est le texte qui l'inspire, son jeu est fortement influencé par ses propres interprétations et par sa propre vision du personnage et de la scène :

[...] c'est sûr qu'Antoine est arrivé avec des idées. Et puis on joue avec ce qu'on a. Entre autres, dans cette scène [du chat] là, je pense. [...] Et c'est Antoine qui est arrivé avec le floc-floc, [un mouvement de pistolet comme Lucky Luck], comme ça, et puis ça fait référence à je ne sais pas quel film [...] Mais ce bout là, c'est extraordinaire, c'est Antoine qui amène ça. (Producteur délégué/réalisateur)

Junior, c'est aussi le réalisateur qui filme ses aventures. C'est lui qui capte, avec son œil cinématographique, le jeu du comédien et les aventures du personnage. C'est lui qui dirige le comédien, qui choisit la mise en scène, la prise de vue, l'angle de la caméra, le découpage, etc. Le gros plan sur le ventre proéminent de Junior et le grand zoom sur la

bouche de celui-ci alors qu'il mange avec la bouche ouverte, permettent au réalisateur de créer l'image de Junior : « on est capable de mettre des choses en relief, et [de rendre] des choses vraiment plus évidents » (Producteur délégué/réalisateur). De cette manière, il souligne les qualités ou défauts du personnage. Par exemple, en filmant Junior en vue de contre plongée, il peut le rendre plus grand et plus imposant. Le réalisateur possède donc différents outils pour accentuer des traits physiques, des caractéristiques ou encore des comportements du personnage. À travers tous ces choix, le réalisateur dirige le regard que le téléspectateur posera sur Junior et laisse ainsi ses empreintes sur le petit bonhomme de pâte à modeler.

3.1.2 Les contraintes de la création : une articulation de la production et de la régulation

Comme nous venons de le voir, Junior et ses aventures sont remodelés par différentes personnes, telles que les producteurs et le réalisateur. Ces acteurs qui participent à la production de Junior, contribuent aussi, à travers les différentes modifications effectuées, à réguler ce personnage. En changeant par exemple le format des scénarios pour des raisons de clarté, de structure, de contraintes institutionnelles ou financières, etc., tous ces acteurs remodelent et régulent le personnage de Junior. À travers différents exemples les prochains paragraphes montreront comment cette régulation s'effectue.

La maison de production

Une fois que les deux auteurs ont écrit les scénarios des aventures de Junior, ils les envoient aux producteurs¹⁵, c'est-à-dire à la direction de la maison de production et au

¹⁵ Je parle des producteurs au pluriel, car effectivement il y a plusieurs producteurs qui sont impliqués dans la production d'un projet. Il y a la direction qui s'occupe avant tout de la représentation de la maison de production et qui prend en quelque sorte les décisions majeures, par exemple de produire oui ou non, de trouver un diffuseur, d'approuver le budget etc. D'autre part il y a le producteur délégué qui gère concrètement le projet, c'est-à-dire qu'il gère le budget, il organise le tournage, il s'occupe des changements de texte, des relations avec les auteurs, avec le diffuseur, le réalisateur etc. À l'intérieur de

producteur délégué. Ces derniers offrent leurs réactions et leurs commentaires et les auteurs retravaillent les textes en fonction de ceux-ci. Les changements que les producteurs peuvent demander concernent par exemple la longueur des textes, la faisabilité et le contenu du scénario :

Et puis Pierre et Anne [...] lisent le scénario et offrent leurs réactions. Pierre [...] offre un regard qui est plus technique si tu veux. Quant au développement de l'épisode et puis au schéma narratif, et puis etc., et la faisabilité aussi en termes de moyens et puis tout ça. Et Anne, elle offre plus un point de vue qui est, on peut pas dire philosophique, mais en tous cas artistique et créatif. Et puis elle juge si on a été assez loin dans ce qu'on a voulu développer et puis [elle] offre à l'occasion de nouvelles pistes [pour les scénarios]. (Auteur X)

Par leurs commentaires, les producteurs modifient le produit afin qu'il rentre dans le cadre qu'ils veulent lui donner et pour qu'il convienne à leurs normes de production et à leurs valeurs philosophiques, cinématographiques et personnelles.

En tenant compte de ces commentaires, les auteurs retouchent les textes. Les entrevues ont montré que la maison de production a plus de pouvoir de décision que les auteurs par rapport au contenu de l'émission. On ne parle pas de censure, mais lorsqu'il y a un passage qui déplaît à la production, elle va pousser pour que ce passage soit adapté de façon adéquate :

Elle [la productrice], si elle n'aime pas un épisode, on peut travailler longtemps. [...] Elle ne veut pas nous censurer, mais elle revient souvent. Tsé, elle revient: «ça, ça, j'aime pas ça. Vous êtes sûr? Vous êtes sûr?», «Oui, oui, oui, on est sûr.» «Ah bon, regarde, j'y ai repensé, tsé peut-être que... » [...] Mais tsé, de la façon dont ça marche, c'est que c'est toujours le producteur [qui] décide ultimement [...]. (Auteur Y)

Cependant, tous les répondants ont souligné que les négociations par rapport au contenu se font dans une ambiance de collaboration et non dans le conflit, car le but ultime des toutes les parties est d'améliorer le produit :

[...] et Anne elle, j'ai jamais ressenti, en tous cas du côté du producteur,

la maison de production, il y a donc plusieurs personnes qui travaillent sur un projet, et donc plusieurs acteurs qui participent à la construction du message. Il est important de noter que finalement, c'est la direction de la maison de production qui a le pouvoir de décision sur le projet.

de censure, il y a jamais eu de censure. Parfois on va me faire réfléchir. Là, tu ne trouves pas que tu vas trop loin. Là, tu ne trouves pas que t'abuses de tel genre de fait qui était un peu gratuit. Des choses comme ça, mais j'ai jamais ressenti comme de la censure. Pour moi c'est vraiment pour le bien de l'émission, et puis le chemin que ça me fera faire dans ma réflexion, ben souvent... c'est au bénéfice de l'émission. (Auteur X)

Les aventures de Junior doivent aussi être adaptées au médium, c'est-à-dire qu'une émission de cette série ne dure que 22 minutes 30 secondes, et les textes doivent absolument rentrer dans ce cadre temporel : « Donc t'es limité par les contraintes de la télévision. L'épisode faut qu'il fasse 22 minutes 30 juste. [...] Fait que nécessairement t'es limité par le médium qui est la TV. Il faut que ça rentre dans le temps » (Auteur Y). Les épisodes sont donc coupés et remodelés pour qu'ils rentrent dans ce cadre précis. Le médium de la télévision représente une contrainte qui force les auteurs et les producteurs à adapter et à remodeler leur produit. Il agit comme une force régulatrice qui standardise le produit avec ses normes et ses règles. Le moment de la production est ainsi articulé avec le moment de la régulation. On vient juste de raccourcir les jambes de notre bonhomme de pâte à modeler et de lui coupe les cheveux !

Les producteurs influencent également la teneur des textes. Afin d'éviter des poursuites judiciaires, la maison de production fait vérifier les textes par un avocat. Les textes subissent en quelque sorte une censure légale : « Euh, mais non, la seule censure qu'il y a, c'est une censure légale. Dans le sens que tous les textes sont approuvés par un avocat, pour éviter d'être poursuivi en diffamations » (Auteur Y). L'avocat indique les passages, les phrases et les noms qui représentent un risque de poursuite pour la maison de production. Celle-ci demande à son tour, sans discussion, que ces passages critiques soient enlevés ou tout au moins remodelés. « Fait que à ce moment là, on fait les corrections que l'avocat nous demande [...] » (Auteur Y). C'est surtout l'utilisation de noms de marques, de noms de compagnies, de noms de personnalités et les attaques personnelles qui est délicate.

En raison de cette censure légale, Junior ne peut par exemple pas critiquer ouvertement une marque de commerce, il doit utiliser un pseudonyme pour en parler :

[...] mais on ne peut pas s'attaquer à une marque de commerce comme *McDonald*, ou attends une minute..., *Van Houte*, en montrant leur clients avec leur café, c'est certain que ça va être [censuré]. [...] Ben, c'est pour protéger la production des poursuites éventuelles. [...] Mais nous autres, on peut pas mettons faire WackDonald, ça c'est trop facilement identifiable, et il a fallu s'appeler Smithsburger. (Auteur Y)

Junior ne peut pas non plus attaquer verbalement les personnalités publiques, car la maison de production ne veut pas être poursuivie en diffamation :

Dans le projet, [il] s'appelait Clément Mario, [et en réalité] il s'appelle Mario Clément¹⁶. Alors Clément Mario c'était pas mal proche, de toute façon Mario était tout à fait consentant, il trouvait ça bien drôle. Mais le nom a quand même été changé pour Clément Ledoux. Bon, parce que ça, c'est les avocats qui s'assurent. (Directrice de la programmation de Radio-Canada)

De plus, tout ce qui sort de la bouche de Junior doit être exempt de tout propos qui pourrait porter atteinte à la réputation d'une personne : « Les gens ne pourraient pas poursuivre Radio-Canada, parce que Radio-Canada, quand ils achètent le droit de diffuser, de mettre la cassette dans la machine, [...] ils sont assurés. [...] ça leurs garantit que ça nuit pas à la réputation de personne [...] » (Auteur X).

Même lorsque Junior veut utiliser un nom absolument ordinaire, il doit veiller à ce qu'il dit :

Et il y a tout un processus aussi de, pour les noms, les noms de compagnie, tous les noms qui apparaissent [...] Si il y a un personnage qui s'appelle Fabienne Dumas dans la série, ben ils vont vérifier, [...] Ben, tsé, l'avocat va vérifier dans l'annuaire, ou en tous cas, il y a combien de Fabienne Dumas à Montréal qui pourraient se voir... S'il y en a plusieurs, il n'y a pas de problèmes, s'il y en a juste une, là c'est un problème. (Producteur délégué/réalisateur)

Finalement, la faisabilité est un autre argument qui participe aux processus de

¹⁶ Mario Clément est le directeur de la programmation de Radio-Canada. Dans un épisode, les auteurs voulaient nommer le personnage qui représentait la direction de la programmation d'une chaîne de télévision Clément Mario. Les avocats de la production leur ont alors demandé de changer ce nom pour un nom qui est moins semblable.

régulation. Les contraintes budgétaires obligent le producteur délégué à adapter les scènes au budget du projet. « Et en suite de ça il y a le budgétaire, entre guillemets, de l'émission, quand la production évalue le coût de l'émission, ils peuvent te dire: « [...] Penses-tu que tu peux nous couper ce personnage là, celui là est-il vraiment utile ? » (Auteur X). D'autres fois, l'endroit où devrait avoir lieu une scène particulière, tel que décrit par les auteurs, n'est pas trouvable, et il faut donc adapter le scénario : « [...] il y a d'autres changements qui peuvent être apportés. Par exemple on ne retrouve pas une location » (Auteur X). Et occasionnellement, les auteurs sont trop ambitieux et écrivent des scènes qui dépassent de loin les moyens financiers de la maison de production.

Toutes ces contraintes, imposées par la maison de production, modifient donc Junior et ses aventures. Ainsi, par ces contributions et ses contraintes, la maison de production participe à la création de Junior tout en le régulant.

Le diffuseur

Le diffuseur est la dernière instance de décision, c'est lui qui finance les projets, et c'est lui qui décide si oui ou non on diffuse l'émission : « On diffuse. On pourrait décider qu'on ne diffuse pas » (Directrice de la programmation de Radio-Canada). Les moyens financiers que le diffuseur met dans un projet modifient le résultat final. Un grand budget permet d'engager plus de comédiens et permet de tourner des scènes plus extravagantes. Un petit budget au contraire oblige à faire plus de concessions. Mais la régulation du diffuseur ne réside pas seulement au niveau financier. Il a également un mot à dire sur le contenu, sur le style, sur le casting etc. Si le diffuseur décide de changer le contenu, de choisir un comédien ou de modifier le style de l'émission, il peut le faire. Sa position lui permet ainsi d'intervenir dans la création de Junior. Cependant, dans le cas *des Bougon*, la collaboration entre tous les acteurs du moment de la production s'est faite dans un climat de négociation et de volonté de réussite :

Tsé, je veux dire, on est tous, quand on travaille en collaboration où on a tous une espèce de communauté d'esprit et puis de recherche de réussite dans le même sens, et puis on peut avoir de bonnes idées nous autres aussi, et ils sont enclins à les écouter bien sûr et vice versa. C'est vraiment un travail de collaboration. (Directrice de la programmation de Radio-

Canada)

Dans le cas *des Bougon*, le diffuseur a donc été consulté par rapport au casting, par rapport au style de l'émission et par rapport au contenu. Il est par exemple arrivé que le diffuseur demande de retirer une scène qui leur semblait trop offensante, et les auteurs et les producteurs ont accepté :

Et il y a un épisode où [...] Et ça Radio-Canada était très, n'était pas d'accord à le diffuser. Non, pas n'était pas d'accord, mais ils auraient préféré que ça ne se retrouve pas dans l'émission. Fait qu'ils y en ont fait part à Anne, Anne aussi m'en a fait part, et j'ai accepté [...] » (Auteur X).

Le diffuseur est évidemment lié à des contraintes institutionnelles bien précises, par exemple en ce qui concerne la violence ou la sexualité. Selon le positionnement de Radio-Canada, les émissions qu'elle diffuse doivent également répondre à cinq critères, elles doivent être : crédibles, ouvertes, passionnées, rassembleuses et originales. Le mandat du diffuseur est « d'informer, de divertir et de... [...] d'éclairer » (Directrice de la programmation de Radio-Canada). L'émission doit donc rentrer dans ce cadre très précis. Encore une fois, notre bonhomme de pâte à modeler doit être adapté à ce cadre. Le diffuseur, constamment aux aguets quant aux cotes d'écoute, doit également prendre en considération son public. Il porte donc un regard plus fonctionnel sur l'émission. Pour Radio-Canada, l'émission doit rassembler, c'est-à-dire qu'elle doit rejoindre des gens de différents univers. Par exemple, alors que les téléromans sont avant tout écoutés par un auditoire féminin, le diffuseur cherche, par ses nouvelles émissions, à attirer et à fidéliser un public autant masculin que féminin :

Le soir, en prime time, [...] on peut, après constat, dire [que] les téléromans ont rejoint majoritairement un public féminin, et puis se dire, ça serait le fun de conquérir un public masculin. [...] Donc on est vraiment dans le souci, quand on parle de rassembleur, notre positionnement, c'est aussi ça que ça veut dire. (Directrice de la programmation de Radio-Canada)

Le diffuseur laisse ainsi ses empreintes sur l'émission, que ce soit par son pouvoir de décision à différents niveaux, par son implication dans le travail créatif, par son

financement, mais aussi par ses normes et ses règles. Junior se voit donc encore une fois remodelé et régulé par un autre acteur : « Il y a un processus, je dirais naturel, pour se rendre jusqu'au public, qui se fait de lui-même, avec tout le monde qui tourne [autour du projet] » (Directrice de la programmation de Radio-Canada).

En résumé, même à l'intérieur du moment de la production, une multitude d'acteurs participent à la création du produit culturel. Le produit circule ainsi entre les mains de ces acteurs qui le remodelent jusqu'au compromis final. Les contraintes et les changements nous montrent également comment la production est articulée avec la régulation, car le produit doit être conforme aux règles et aux normes de la société et de l'industrie médiatique. Mais, comme nous allons le voir plus tard, le produit participe lui aussi à créer et à définir ces règles et ces normes.

3.1.3 Junior et ses amis: articulation de la production, de l'identité et de la représentation

Dans la présentation du modèle théorique *encodage/décodage* de Hall (1980, 1994a) et du modèle du *circuit de la culture* (Du Gay *et al.*, 1997), j'ai mis l'accent sur le rôle important que jouent la culture et le sens dans le processus culturel. Notre culture nous fournit des cadres de références et des cartes de sens que nous utilisons pour comprendre et donner du sens au monde, pour formuler, communiquer et échanger des idées. Les cadres de références et les cartes de sens représentent en quelque sorte le savoir-faire culturel dont nous disposons. Dans cette partie, en m'inspirant du personnage de Junior et de certains membres de sa famille, je vais tâcher de montrer comment les cadres de références et les cartes de sens participent eux aussi à la création du produit culturel et comment le moment de la production s'articule avec et à travers le moment de l'identité et celui de la représentation.

Dans son entrevue, le premier auteur explique qu'il s'identifie à chacun de ses personnages. Dans le cas de Junior, « je me reconnais énormément dans ça. [...] l'imbécillité de Junior aussi, son incompetence à l'égard des femmes. [...] Même sa timidité à l'égard des filles » (Auteur X). L'auteur s'identifie ainsi à certaines caractéristiques des personnages de l'émission :

[...] je me reconnais beaucoup dans Papa, dans sa colère et dans le point de vue qu'il porte sur le système. [...] Je m'identifie à mononcle dans le fait que je veux aussi être honnête et être quelqu'un de digne, honnête, respectable, d'avoir un rôle dans la société, de valoir, de valider son existence. C'est un combat que je mène depuis que je suis petit, et on dirait que mes parents m'ont fait grandir là-dedans. À être utile aux autres, à ce moment là t'existes. Sinon tu n'existes pas. Ça sert à rien de faire des affaires juste pour soi. Et le rôle que mononcle veut vivre en société, il veut être utile. Je me reconnais énormément dans ça. (Auteur X)

Cette identification entre l'auteur et ses personnages montre comment l'identité de l'auteur, c'est-à-dire ce qu'il est, ce qu'il valorise, ce qu'il pense, sa compréhension du monde, etc., alimente la création et donc le produit final. L'identité de l'auteur avec toutes ses facettes est donc articulée à la création de Junior, à celle des autres personnages et à celle de l'émission *Les Bougon* en général.

Les anecdotes de la vie quotidienne permettent également aux auteurs d'y puiser leurs idées. Pour s'inspirer, ils lisent des journaux, des magazines, ils regardent la télévision et se servent de ces informations pour faire travailler leur créativité. : « Ça vient beaucoup de l'écoute que je fais des bulletins de nouvelles, de la radio, de ce que je lis dans les journaux » (Auteur X).

Comme nous l'avons vu, l'interprétation et la compréhension du monde se fait par le biais de ce que j'ai appelé le « cadre de référence » et les « structures de sens », c'est-à-dire par les expériences personnelles, la culture, le statut social, le genre, etc. Le sens que les auteurs accordent au monde est par conséquent lié à la compréhension qu'ils ont d'eux-mêmes et à la place qu'ils se donnent à l'intérieur de la société. Ainsi la production est articulée avec le moment de l'identité.

L'écriture de la troisième saison de l'émission représente un autre exemple de cette articulation. Après le succès des deux premières saisons des Bougon, l'auteur se trouve au centre de l'intérêt public, il est désormais une vedette québécoise. Du jour au lendemain, l'auteur qui, il y quelques années, gagnait difficilement sa vie, se fait catapulte dans le monde du show-business et devient une personnalité publique. Ce changement a affecté sa vie personnelle, et l'auteur s'en est inspiré pour écrire la troisième saison dans laquelle il fait vivre à l'un de ses personnages principaux « la joie » de devenir la star du mois :

Parce que Dolorès, on va en faire une vedette, elle va devenir spontanément, à la suite de quelque chose, elle va devenir une personnalité publique, et puis je me reconnais beaucoup dans ce qu'elle va vivre par rapport à ce que j'ai vécu depuis le début des Bougon. [...] Fait que je m'identifie beaucoup à son personnage de ce fait là, en ce moment, intérieurement. (Auteur X)

Le vécu de l'auteur, le contexte social dans lequel il se trouve au moment de l'écriture, ses sentiments et sa perception de ce qui lui arrive, ont ainsi alimenté l'écriture de la troisième saison. Si le sens que nous accordons au monde et aux événements est lié à la question de l'identité, comme illustré auparavant dans le modèle du *circuit de la culture*, cette citation représente un bel exemple de l'articulation entre le moment de la production et celui de l'identité.

De plus, à travers le personnage de Dolorès et ses aventures, l'auteur met en scène son expérience personnelle. L'auteur se construit lui-même des représentations personnelles d'événements et donne ainsi du sens à son propre vécu. Ces représentations sont ensuite re-présentées à travers l'émission, à travers le vocabulaire utilisé par les personnages et les aventures qu'ils vont vivre. Comme nous l'avons vu, le langage est un des moyens principaux par lequel nous représentons nos pensées, nos idées et nos sentiments. La représentation à travers le langage est un élément central dans le processus de production et de circulation de sens. La production de l'émission *Les Bougon* est ainsi liée à la représentation. La production se sert du système représentationnel qu'est le langage oral et visuel pour donner, produire et échanger du sens. Comme nous l'avons vu dans le chapitre théorique, c'est par le langage, en tant que système représentationnel, qu'un

individu parvient à donner du sens à un objet, et ce sens provient de la façon dont un objet est représenté à travers le langage. La représentation et la production sont dans le cas de Dolorès doublement liées, car l'auteur parvient à donner du sens à son expérience personnelle par le langage (le système représentationnel), et c'est aussi par le langage, oral et visuel, qu'il re-présente ce sens dans son émission.

En résumé, Junior et ses amis, ainsi que le sens qui leur est accordé, traversent les différents moments du *circuit*. Ces personnages articulent ainsi les moments. Le sens accordé à Junior se construit et circule dans et à travers ces différents moments. Il y a donc *un circuit de la culture*, mais la création de Junior montre l'existence d'un circuit dans ce circuit. Ainsi, Junior illustre la circularité et la complexité du processus de construction de sens.

3.2 La mort d'un chat et sa résurrection

L'épisode du chat permettra de mettre en relief d'autres articulations des différents moments du *circuit de la culture*. En déconstruisant l'articulation première de la scène du chat, il sera possible de la réarticuler d'une manière différente afin de mieux comprendre la construction conjointe, l'articulation et la circulation de sens dans cet épisode.

Voici donc un bref résumé de cet épisode. Junior Bougon est invité pour la première fois chez les amis universitaires de sa nouvelle copine. Junior, soucieux de faire bonne impression, porte une puce électronique dans l'oreille qui lui permet d'entendre les conseils de son oncle Frédéric et de sa petite sœur Mao. Ce sont ces derniers qui jouent les Cyrano de Bergerac. Lors de cette soirée, Junior s'assoit accidentellement sur le chat des hôtes. Le chat, coincé sous le poids de Junior, meurt. Embarrassé par cet accident,

Junior ne sait que faire. Pris de panique, il prend discrètement le chat mort et s'enferme dans la salle de bain sans que personne ne s'en aperçoive. Sur les conseils de Frédéric et Mao, Junior tente d'abord de faire passer le chat mort dans les toilettes, mais le chat est trop grand pour y passer. Junior décide alors de le dépecer. Il découpe le chat en petits morceaux et le sang gicle de tous côtés. Une fois le chat dépecé, il réussit à faire passer la moitié du chat dans les toilettes et cache le reste dans la salle de bains. Couvert de sang, Junior sort de la salle de bain et s'excuse de la soirée en disant qu'il ne se sent pas bien.

Dans cet épisode, le chat est malheureusement décédé, mais comme nous le verrons plus tard, le chat n'a jamais été aussi vivant que depuis qu'il est mort. Il est ressuscité !

3.2.1 L'articulation de la production, de la représentation et de la consommation

Les outils de réalisation : le style graphique, des effets spéciaux et le découpage

À travers les différents outils utilisés par le réalisateur¹⁷, la scène du chat est conçue dans un style particulier. Le réalisateur est responsable du choix d'un style, du découpage, du rythme, etc. À travers ces choix, ce dernier, en tant qu'acteur du moment de la production, participe à représenter la scène du chat.

Cette scène est celle d'un dépeçage sanglant et violent où Junior coupe le chat en morceaux à l'aide d'une paire de ciseaux. On y voit les entrailles qui sortent du ventre du chat et le sang qui gicle partout. Afin d'accentuer l'effet du sang, on a choisi une salle de bain blanche qui, à la fin de la scène, est presque repeinte de sang. Le style graphique

¹⁷ Le réalisateur occupait lors de la première saison de l'émission le poste de producteur délégué, il s'agit donc bel et bien du Producteur délégué/réalisateur. Je parle ici du réalisateur parce qu'à ce moment de l'entrevue il me parle de sa fonction de réalisateur.

et les effets spéciaux de cette scène sont intentionnellement choisis. L'équipe de réalisation a acheté des entrailles chez le boucher et a vidé l'entrepôt montréalais de sang artificiel. La scène aurait pu être tournée d'une manière moins sanglante, surtout moins dégoûtante, mais le réalisateur a opté pour ce style précis : « Et en plus on avait eu les moyens d'avoir un mannequin de chat qui était vraiment super beau. Et puis bon, on a mis [...] de[s] trucs qu'on a achetés chez le boucher » (Producteur délégué/réalisateur). Ainsi, le réalisateur décide comment représenter la scène du chat. Les images qui ont été choisies pour représenter l'histoire participent à construire sa signification.

Le jour du tournage, le réalisateur sait comment il veut tourner une scène : « [...] quand on arrive au tournage, moi j'ai une idée de ce qu'on va faire [...] » (Producteur délégué/réalisateur). Pour tourner une comédie, il possède sa boîte à outils :

Or, ce qui aide beaucoup, c'est le découpage, c'est que ça soit une scène très découpée, très morcelée. Et comme ça quand on monte [l'épisode], on est capable de mettre, on est capable de faire des *build-up*. On est capable de mettre des choses en relief, et [de rendre] des choses vraiment plus évidentes. (Producteur délégué/réalisateur)

Le genre « comédie » a également une structure particulière :

[...] comme je te disais il y a une chose dont je suis pas mal convaincu, c'est que la comédie, faut que ça soit très découpé [...], il faut que ça soit nerveux, il faut que ça aille assez vite pour que, pour te permettre aussi la proximité [...] Et en même temps, euh, le fait que c'est assez découpé que t'as beaucoup de plans, t'as beaucoup de possibilités, ben tu peux te reprendre. Tu peux arranger des choses, tu peux rendre des choses plus drôles. (Producteur délégué/réalisateur)

Le réalisateur a donc des outils concrets pour accentuer, structurer et arranger les scènes. De cette façon, il crée la scène du chat, porteuse de représentation. Comme nous l'avons vu, la représentation opère par toutes sortes de symboles, comme la parole, les mots écrits, les images, etc. Le style graphique, la salle de bain blanche, le sang artificiel, le découpage et le rythme, participent à créer une image pleine de sens. À travers les

images de cette scène, c'est-à-dire les représentations, le réalisateur produit et échange des significations.

Le style réaliste et un public, un auteur, un diffuseur imaginés

Une fois que le script est approuvé par les producteurs et leurs avocats, il parvient dans les mains du réalisateur. Le réalisateur voulait que la scène du chat soit réaliste. Il exprime d'ailleurs cette volonté de créer quelque chose de réaliste tout au long de l'entrevue et par rapport à l'intégralité de l'émission. Le choix d'un style réaliste est un choix de représentation stratégique. Le réalisateur choisit ce style parce qu'il pense que le public doit pouvoir reconnaître et identifier dans leurs propres vies des personnages et des situations similaires à celles présentées dans l'émission:

Il y a une idée de réalisme aussi, je pense. On avait l'intention [...], et Philippe avait beaucoup cette vision là aussi, c'est qu'on se disait qu'il fallait être ultra-réaliste dans cette série là. [...] moi j'ai toujours pensé qu'il fallait que les gens puissent croire que cette famille là habitait à côté de chez eux. (Producteur délégué/ réalisateur)

À travers la présentation réaliste, le réalisateur essaie de créer un effet d'identification chez le consommateur. Il a donc une image du public en tête, se soucie de l'interprétation du public et semble même s'imaginer leurs réactions face à l'émission. Ce public imaginé fait en sorte qu'il opte pour le style réaliste, qui selon lui, favorisera l'attachement et l'identification des gens à cette émission. Lorsqu'il choisit le style, le réalisateur pense en fonction d'un public imaginé, c'est-à-dire qu'il fait ses choix en considérant ce qu'il imagine des consommateurs. Le style réaliste de la scène du chat et de l'émission, articule ainsi la production à la représentation et à la consommation.

La façon dont le producteur/réalisateur envisage les pratiques télévisuelles du public alimente à son tour son travail et ses interprétations. Dans l'entrevue, il souligne que l'écoute de la télévision est jumelée avec une panoplie de distractions comme la publicité, la possibilité de changer de poste, etc. Selon lui, l'écoute de la télévision demande donc beaucoup de concentration et d'attention, et c'est pourquoi il trouve que l'accessibilité de l'émission est importante pour fidéliser l'auditoire :

La télé ça demande beaucoup [...], tu peux facilement être distrait, tu peux facilement sortir de ce que tu écoutes. Alors, quand c'est plus dur à suivre, quand ça te demande un petit peu plus d'attention, je pense que des fois ça passe à côté. [...] Dans *Les Bougon* [...] c'est plus direct » (Producteur délégué/réalisateur).

Cette définition du public, de sa fidélité et de l'écoute télévisuelle en général, représente l'image que le producteur/réalisateur a de l'auditoire et de ses comportements. Celle-ci dirige sa façon de voir et de comprendre les choses en matière de production et de réalisation, et elle alimente sa façon de travailler et de poser des jugements sur le produit culturel.

Le public imaginé qui a guidé le réalisateur vers un style réaliste, alimente aussi les autres membres au moment de la production. En effet, les auteurs, les producteurs et le diffuseur, alors qu'ils travaillent à réaliser l'émission, ont tous une image du public en tête qui dirige leurs compréhensions, leurs jugements et leurs pratiques. Ils vont modeler le produit selon l'image qu'ils se font du public potentiel. Ce public imaginé représente un des liens qui existent entre le moment de la production et celui de la consommation.

Le premier auteur, par exemple, est conscient de la diversité de son auditoire, car il s'adresse au grand public qui, selon lui, apprécie un produit original mais accessible:

[...] mais je suis sûr qu'au total, quand un téléspectateur s'assoit devant une émission chaque mercredi soir à 21h, il sait pas à quoi s'attendre, mais il sait que [...] pendant la demie heure, [...] il va voir des moments de télévision comme il en a jamais vu. Il va voir des choses qu'il ne voit pas ailleurs, et qui sont très accessibles. (Auteur X)

L'auteur se soucie donc d'offrir un produit original, car il pense que le public apprécie cela. Cette image du public dirige par la suite son écriture, car il essaye de créer des épisodes qui ne se ressemblent pas, aussi bien sur le plan de la construction de l'épisode, de la présentation visuelle que de l'écriture : « Il n'y a pas un épisode qui est construit pareil » (Auteur X). De plus, il essaye de marier originalité et intelligibilité, car il ne veut pas que l'originalité du produit le rende inaccessible. Par exemple, quand il crée un pastiche des *temps modernes* de Charlie Chaplin, il prête une attention particulière afin que la référence à Charlie Chaplin ne dérange pas le schéma narratif, pour que les gens

qui ne connaissent pas *les temps modernes*, puissent quand même comprendre et aimer cet épisode :

[...] Pour le grand public, pour ben du monde, *les temps modernes* ils ne l'ont jamais vu. Faque l'important c'était que dans le schéma narratif de cet épisode là, que ça distraie pas le ... , pour que le spectateur ne se dise pas: « C'est quoi cette affaire là ? J'ai jamais vu ça ! » Celui qui a jamais vu *les temps modernes*, il a vu en tout cas Junior faire la rencontre d'une jeune fille dans un moment inusité et puis ça a passé. Et puis l'autre qui a déjà vu *les temps modernes*, qui a reconnu une allusion à Charlie Chaplin, ben, il s'est dit : « Wow, c'est une valeur ajoutée à l'émission ! ». (Auteur X)

L'auteur se fait une image de son public, de ses connaissances et de ses préférences, et lorsqu'il écrit le scénario d'un épisode, il prend en considération ce public imaginé et façonne son produit en conséquence. En alimentant l'écriture de l'auteur, le public imaginé participe à la production.

Ce lien entre production et consommation n'est pas unidirectionnel, au contraire, les téléspectateurs ont eux aussi une image de l'auteur, du producteur ou du diffuseur qui alimente leurs interprétations.

Par exemple, une téléspectatrice dépeint l'auteur comme quelqu'un qui dit tout ce qu'il veut dire et qui ne se laissera jamais censurer :

Et je pense qu'il n'y aura pas de restrictions dans ce qu'il écrit, là. Même si le monde ne veut pas, même si il y a quelqu'un en arrière qui dit: « non, on ne veut pas que tu parles de ça », si lui il a le goût d'en parler, je pense qu'il va en parler. [...] lui, d'après moi, il est prêt à dire n'importe quoi, de tout faire pour faire passer ses messages. [...] Si ça ne passe pas direct, il va s'arranger pour le passer peut-être en bifurquant un peu là. Je suis sûr qu'il n'y aura pas de limites. (Odile)

Simone, une autre téléspectatrice, explique son interprétation du personnage de Dolorès en faisant référence à ce que l'auteur voulait dire : « Mais je pense que c'était une volonté aussi de l'auteur, d'un moment donné, de nous faire comprendre pourquoi elle était comme ça » (Simone). La téléspectatrice suppose que l'auteur a écrit la scène en question pour une raison bien précise, et elle se sert de l'image qu'elle a de l'auteur pour

justifier son interprétation. Il faut noter que la téléspectatrice fait référence à la volonté de l'auteur pour légitimer sa propre interprétation. Cela montre qu'au moment de l'interprétation, elle semble être consciente qu'il y a quelqu'un qui conçoit le message. Quelqu'un qui, selon elle, a un but précis et qui cherche à lui faire comprendre quelque chose. La jeune femme se sert donc de ce qu'elle imagine de l'auteur pour interpréter l'émission et pour justifier son interprétation.

Boris de son côté s'imagine précisément comment les auteurs trouvent l'inspiration pour écrire les aventures de la famille Bougon : « En tant que tel je les imagine avec un calepin dans la rue et puis, [en train de] tchèquer partout : 'et puis ça, et puis ça et puis ça!' [...] En tant que tel, c'est des gens qui sont probablement écoeurés qui ont écrit ça là » (Boris).

Les téléspectateurs ont donc une image des auteurs, de leur travail, de leurs opinions, de leurs buts, etc., et ils intègrent cette image dans leurs interprétations. Ils sont conscients que l'émission est conçue par un auteur qui a ses opinions et qui veut les transmettre dans ses messages.

Le diffuseur imaginé joue également un rôle important dans la réception. Comme en témoigne Maurice, l'image que le téléspectateur a du diffuseur peut carrément influencer sa décision de regarder une émission ou non:

Mais euh, oui, gros préjugé, ce qui vient de TQS, tsé, je suis moins intéressé. J'ai comme un préjugé assez défavorable. TVA aussi. Donc puisque c'est venu à Radio-Canada, je vais peut-être plus vouloir le regarder, voir ce que ça donne. Bon, si ça avait été pourri, je n'aurais pas continué à suivre parce que c'était Radio-Canada. Mais oui, j'avais un préjugé favorable parce que c'était Radio-Canada, qui à mon sens a plus de crédibilité que les autres postes. (Maurice)

L'image qu'un téléspectateur peut avoir du diffuseur peut donc alimenter l'attitude que le téléspectateur a envers une émission et le jugement qu'il porte sur elle. Le public, dans son processus d'interprétation, se sert de ce qu'il imagine de l'auteur, du producteur et du diffuseur.

À travers les liens et les interactions entre les différents moments, la circularité de ce processus devient alors claire et nous pouvons commencer à comprendre à quel point ce processus est complexe.

3.2.2 La résurrection du chat : une articulation du *circuit de la culture*

Le dialogue entre la production et la consommation qui a lieu au sujet de la scène du chat permet de montrer également comment chacun des moments s'articule dans cette scène, et comment tous les moments sont liés les uns aux autres et comment ils interagissent.

Un dialogue entre production et consommateur via les médias

La scène du chat a suscité de fortes réactions chez les téléspectateurs. C'est pourquoi j'ai choisi d'utiliser le terme « résurrection » dans le titre. Il fait référence au fait que le chat est mort dans l'émission, mais à travers les réactions du public et des médias, il est ressuscité. En effet, le chat n'est pas vraiment mort, au contraire, il n'a jamais été aussi vivant que depuis qu'il est mort.

Unanimement, les auteurs, les producteurs, le réalisateur et le diffuseur ont affirmé que cette scène avait causé toute une controverse : « Cette année, il y a eu le chat qui meurt, et puis Junior le dépèce dans la salle de bain, et là, on a un tollé de protestations. Des associations, tout le monde, et même des gens autour de nous [...] ! » (Producteur délégué/réalisateur). Le second auteur a même reçu « des menaces de mort » (Auteur Y).

Même la SPCA¹⁸ a réagi à cette émission en rappelant au public que la cruauté animale existait et que ce n'était pas quelque chose à faire. Les réactions et interprétations des gens par rapport à cette scène étaient très variées. La majorité des téléspectateurs interviewés ont qualifié cette scène de dégoûtante, gratuite et violente. Pour eux, la violence et le côté graphique de cette scène n'étaient pas justifiés. De plus, selon leurs dires, cette scène n'avait aucun rapport avec le reste de l'émission, ne servait aucun but

¹⁸ La Société pour la Prévention de la Cruauté envers les Animaux.

et n'avait pas sa raison d'être :

[...] c'est probablement la seule fois où on s'était dit qu'il avait peut-être été un petit peu trop loin, que ce n'était pas la peine. [...] L'espèce de séance de dépeçage en morceaux dans la salle de bain, non, [...] C'est la seule chose de la série où je me suis dit : non, c'est dégueulasse ! Ce n'était pas la peine. [...] Parce qu'il tirait en longueur. [...] c'est malade mentale, reste chez toi. Fait que, ça cafouille un peu le sens des choses. (Julie)

Cette téléspectatrice dénonce donc le côté graphique de la scène de dépeçage et trouve qu'elle n'a pas sa place dans l'émission.

Par contre, certaines personnes ont trouvé la scène tout à fait appropriée et cohérente avec le personnage de Junior : « Moi c'était *in character* comme ça ne se peut pas » (Directrice de la programmation de Radio-Canada). D'autres trouvaient au contraire que la scène du chat n'était pas du tout en lien avec le personnage :

[...] c'est à partir du moment où il se met à le découper. Après il essaye de le passer dans le trou. Là je me disais : Non, non, il est plus brillant que ça Junior. T'as un tour dans ton sac, et puis campe pas là. Ce n'était pas cohérent avec le personnage. [...] Junior, il est plus... il a plus de ressource que ça. (Carlos)

Cependant, les amateurs de ce genre de scènes y ont vu un spectacle parfaitement à leur goût :

Moi c'est sûr que j'ai bien aimé l'épisode avec le chat. Ça c'est mon genre là. [...] Ils sont allés tellement extrême là. J'aurais pas crû qu'ils fassent ça là. Tsé, comme Junior, il ressort, mais il est plein de sang, et puis il fait comme si de rien était. Ha, ha, ha, c'est comme... t'as gueule ! [...] Oui, et en plus, c'était vraiment bien fait en plus. C'était vraiment dégueulasse. Moi qui est un amateur de trucs comme ça vraiment dégueulasse, je ne m'attendais pas à être servi en écoutant mon émission préférée. J'étais bien satisfait de tout ça là. (Boris)

Cependant, Boris semble faire partie d'une minorité, la majorité des téléspectateurs désapprouvent cette scène. Les réactions négatives du public étaient si abondantes et sérieuses, que les auteurs sont montés sur la scène publique pour s'expliquer et pour

défendre leur création : « Et les auteurs ce sont eux [...] qui ont répondu et qui se sont adressés à leur public via les journaux, les émissions de télé etc. » (Directrice de la programmation de Radio-Canada).

Dans une entrevue accordée au *Journal de Montréal* (annexe 4), l'auteur a tenté d'expliquer et de clarifier le message de la scène et de rediriger l'interprétation des téléspectateurs : « Je voulais juste montrer un malaise extrême de Junior et jusqu'où il peut aller pour s'en sortir. C'est une réaction de Bougon » (Coudé-Lord, 2005, *Journal de Montréal*). Les auteurs se sont servis des médias pour interagir et répondre à leur public. Les médias leur offrent la possibilité de communiquer avec leur public et représentent donc un lien, une articulation, entre les auteurs et les consommateurs. Le chat est mort dans l'émission, mais les fortes réactions du public ont forcé sa résurrection dans le discours et dans les médias. À travers cette scène et les réactions qu'elle a suscitées, il y a donc un vrai dialogue et une interaction qui se sont établis entre les auteurs et le public. L'auteur fait réagir le public, qui à son tour fait réagir l'auteur et ainsi de suite.

Les réactions du public en général, mais plus particulièrement celles concernant la scène du chat, agissent aussi sur l'écriture des auteurs. Ces derniers n'ont pas seulement répondu aux téléspectateurs outrés par le biais des médias, ils ont aussi adapté leur écriture en raison des commentaires. Comme nous l'explique la directrice de la programmation de Radio-Canada, les réactions du public face à la scène du chat ont alimenté la prochaine saison :

[...] j'ai lu les treize textes qui s'en viennent, et il y a entre autre une scène dans un des épisodes qui va répondre encore au public. Qui va tenir compte de ce que le public a dit et comment le public réagit. [...] C'est intéressant, cette construction-là réelle du dialogue entre l'œuvre et le public. Les échos des réactions du public vont se faire sentir dans un des épisodes à cet égard-là, l'année prochaine. (Directrice de la programmation de Radio-Canada)

Les auteurs ont donc pris en considération la réaction du public, et celle-ci régule l'écriture des auteurs. Les téléspectateurs deviennent également « producteurs » et « régulateurs » de l'émission.

De plus, la scène du chat a permis au diffuseur de mieux connaître son public et ses limites. Même si certains téléspectateurs ont aimé la scène du chat, les fortes réactions négatives des auditeurs ont permis au diffuseur de savoir qu'il avait dépassé la limite de l'acceptable. Le diffuseur ne sait pas à l'avance ce qui va être toléré par le public : « Ah, on le sait juste après. [...] Non, c'est vrai, je ne le sais pas moi » (Directrice de la programmation de Radio-Canada). C'est en dépassant cette limite et en suscitant une réaction, comme l'a fait la scène du chat, que le diffuseur peut commencer à mieux définir son auditoire. « Et puis il y a eu des limites, en tous cas, le public nous a très bien signifié ses limites. Comme par exemple le fameux chat déchiqueté, on a eu la réponse du public » (Directrice de la programmation de Radio-Canada).

En réagissant fortement à la scène de dépeçage, le public se décrit et se définit. Il dit : Voici ce que je juge acceptable et voici la ligne à ne pas dépasser. Ceci permet au diffuseur de mieux connaître son auditoire et d'y adapter ses produits.

La réaction des téléspectateurs face à l'émission en général permet également de recadrer l'image que le diffuseur se fait du public. Le succès de l'émission, les bonnes cotes d'écoutes et la fidélité des téléspectateurs ont également modifié la perception du diffuseur envers l'auditoire :

[...] c'était vraiment stimulant de constater que le public était capable de prendre un projet comme ça. Tsé, et puis ça nous autorisait encore davantage à toutes les audaces. Comme par exemple, « Minuit le soir »¹⁹, qui est aussi un projet très audacieux, et le public est là pour le regarder. Fait que, on va arrêter de penser qu'on a un public conventionnel et qu'il ne faut pas le bousculer. [...] Ils sont prêts à aller très loin. Ça, c'est un autre effet positif des Bougon là. C'est que ça a ouvert les portes à d'autres audaces. Ça confirme, tsé, qu'il faut aller vers l'audace. [...] Oui, que le public est peut-être pas mal plus ouvert qu'on pense. [...] Qu'on est en mutation. Le public n'est plus, euh, tsé, le téléroman conventionnel,

¹⁹ « Minuit le soir » est une émission diffusée sur les ondes de Radio-Canada.

euh, le public n'est plus là. (Directrice de la programmation de Radio-Canada)

Par leurs commentaires, leurs réactions et leurs habitudes d'écoute, les téléspectateurs définissent leurs identités, leurs valeurs, leurs normes et leurs besoins. La description de cette identité agit comme force régulatrice sur le produit culturel, car le diffuseur adapte le produit par rapport à la nouvelle définition et représentation du public. Il semble donc qu'à travers ce dialogue entre production et consommation, et à travers la définition du public et de ses normes d'acceptation, les différents moments du *circuit de la culture* s'autorégulent. Comme nous l'avons constaté, tous les éléments sont donc constamment en interaction et par conséquent tout est continuellement en train de changer, de bouger et de s'adapter.

Un dialogue élargi : quand les médias s'en mêlent !

Les médias non seulement reproduisent et publient les propos des auteurs et ceux des consommateurs, mais ils produisent eux-mêmes des messages au sujet des Bougon. Par exemple, l'article du *Journal de Montréal* (Coudé-Lord, 2005, *Journal de Montréal*) ne sert pas uniquement à offrir une plateforme pour que l'auteur puisse répondre à son public, il sert également à soulever le débat sur la censure à la télévision:

« Cette série est provocatrice et très audacieuse, donc nous assumons en tant que diffuseur qu'elle puisse choquer. Disons que la mort de ce chat, avec Junior ensanglanté, pouvait heurter. Nous en sommes conscients. Mais jamais il ne fut question de censurer Les Bougon » explique Marie-Josée LeBlanc, directrice des communications de la société d'État. (Coudé-Lord, 2005, *Journal de Montréal*)

La journaliste se sert du débat soulevé par le chat dépecé pour ouvrir une discussion sur l'acceptabilité et la censure à la télévision. Ce dont la journaliste parle dans cet article et le questionnement qu'elle propose au lecteur, dépasse la scène du chat et le cadre de l'émission *Les Bougon*.

Le Site humoristique LeCornichon.qc.ca est un autre exemple qui montre comment les médias deviennent eux-mêmes producteurs de *Les Bougon*. Sur ce site, l'artiste Monaéric propose de comparer les grands politiciens du Québec aux membres de la famille Bougon. Dans une photo truquée, l'artiste remplace les visages des protagonistes de la série par les visages des politiciens québécois.



Les Bougon

Source :

<http://www.geocities.com/agencediapo/multi/BougonW356H274.jpg>, consulté le 19 mai 2006.



«Photo caricature» qui révèle les visages des «vrais Bougon», c'est-à-dire ceux de Jean Chrétien, Jean Charest, Pauline Marois Mario Dumont, etc.

source : www.leCornichon.qc.ca

L'infographiste publie cette photo le 13 janvier 2004 sur son site humoristique : <http://www.lecornichon.qc.ca>, le « *Journal québécois des vraies fausses actualités 100% satirique, un rien vinaigré* » (Monaéric, <http://www.lecornichon.qc.ca>, consulté le 19 janvier 2006). On y trouve le blog humoristique et personnel de ce virtuose de photoshop. Suite à la publication de cette photo truquée, le site www.lecornichon.qc.ca a connu une grande fréquentation. Celle-ci est passée d'environ 2000 à 14'000 visites par jour (<http://www.branchez-vous.com>, consulté le 19 janvier 2006). De plus, le site a enregistré plus de 400 messages et commentaires par rapport à cette photo (ibid.). La photo a aussi fait réagir les autres médias, comme le *Journal de Montréal* qui a écrit un

court article sur cette photo, son auteur et le site du cornichon (Pigeon, M., 2004, <http://www2.canoe.com>).

En proposant le lien entre l'émission et les politiciens, la personne qui a créé et qui a fait circuler cette photo intervient dans notre *circuit*, car la photo et le lien proposé participent à la compréhension et à l'interprétation que les récepteurs peuvent faire de l'émission. Monaéric véhicule son interprétation à travers ce média et il propose aux consommateurs un lien qu'ils n'avaient peut-être pas encore fait. Pour lui, les politiciens sont tous des *Bougon*, c'est ainsi qu'il interprète ce qui se passe dans l'actualité politique québécoise et c'est par la création de cette photo truquée qu'il re-présente sa compréhension du monde. Monaéric est donc à la fois consommateur et producteur *des Bougon*. Par ces pratiques, il participe aux différents moments du *circuit de la culture* de l'émission. Si les gens ne faisaient pas eux-mêmes la corrélation entre *Les Bougon* et la politique, il y a d'autres médias et d'autres personnes qui les aident à la faire. Il y a donc le contenu de l'émission qui permet aux gens de faire ce lien, mais il y a aussi d'autres acteurs qui interviennent dans le *circuit* et qui font circuler cette idée par le biais des médias.

De plus, en utilisant, par exemple, le terme « bougon » pour parler des gens qui fraudent, les médias participent à produire la définition de ce que *Les Bougon* représentent :

Bref, pendant qu'on se demande si les Bougon sont des assistés sociaux ou pas, voilà qu'on s'attaque aux gros Bougon du système. Cela fait plaisir. [...] Car on ne peut pas regarder ce téléroman sans se mettre à penser à tous les " gros " qui s'en mettent plein les poches alors que le fisc vide les nôtres. (Cousineau, *La Presse*, 13 janvier 2004, voir annexe 5)

Les médias se servent de l'image des Bougon pour parler d'affaires politiques et économiques et proposent au public un lien entre ces événements. Simultanément, en proposant ce rapport, les médias participent à définir ce que le terme « bougon » et ce que l'émission représente. Bref, ils contribuent aux différents moments du *circuit*.

En résumé, tous les énoncés au sujet de *Les Bougon*, venant soit de la part de l'auteur, soit de la part d'un téléspectateur, d'un journaliste, des médias ou d'un artiste,

contribuent au discours sur *Les Bougon*, et participent ainsi aux différents moments du *circuit de la culture* et leur articulation.

3.3 Quelques éléments de pouvoir

Les *Cultural Studies* conçoivent la culture comme lieu où se débat le sens accordé aux textes, aux pratiques et aux événements. Les « textes » qui constituent la culture sont polysémiques, c'est-à-dire qu'ils peuvent se voir attribuer différentes significations. En raison de cette polysémie des « textes », la culture est un site potentiel de conflit. La lutte pour la signification mène les *Cultural Studies* à concevoir la culture comme étant étroitement liée au pouvoir. À travers le concept d'hégémonie, comme nous l'avons vu dans le chapitre théorique, le pouvoir est envisagé comme une relation de forces inégales qui sert les intérêts d'une partie de la population. La culture populaire est conçue comme un site de production et de reproduction de l'hégémonie, car il s'agit de l'un des sites principaux où les grandes divisions de notre société, comme le genre ou la race, sont établies et contestées (Storey, 2003). La culture populaire est donc l'arène dans laquelle a lieu la négociation entre les intérêts de la classe dominante et ceux des classes subordonnées. C'est avec ces éléments en tête que je voudrais à présent montrer comment certains éléments de pouvoir et de résistance agissent, dans et à travers une émission humoristique comme *Les Bougon*.

En fait, les analyses des entrevues ont montré que ces éléments agissent à travers les différents moments du *circuit de la culture*. Ainsi le pouvoir et la résistance, loin de s'exercer dans un sens seulement, circulent entre les différents moments.

3.3.1 Le pouvoir omniprésent

Les changements et les modifications qui contrôlent le produit

Le personnage de Junior a permis de montrer comment un artefact culturel est modifié et remodelé tout au long du processus de production. Junior et l'émission en général se voient modifiés par la maison de production et par le diffuseur, afin qu'ils soient conformes aux valeurs et aux normes institutionnelles et industrielles. Les relations de pouvoir qui opèrent au sein du moment de la production peuvent être illustrées à travers l'exemple de l'avocat de la maison de production. Celui-ci ordonne des changements afin que les textes proposés par les auteurs ne se heurtent pas aux limites juridiques. Les lois juridiques reflètent les normes et les valeurs de la société et définissent par conséquence aussi les produits médiatiques. Les changements et modifications demandés par l'avocat représentent un élément de pouvoir qui agit sur l'émission *Les Bougon*. En indiquant ce que l'on peut et ce que l'on ne peut pas diffuser, l'avocat travaille à maintenir le *statu quo* des structures de pouvoir. Tous les changements et les modifications effectués au moment de la production reflètent l'autorégulation et l'autocensure de la part du secteur médiatique. Ce secteur a mis en place des mécanismes de régulation qui assurent la standardisation du produit culturel ainsi que le maintien de ses standards.

La structure du texte et le contrôle de la consommation par l'humour

Comme nous l'avons vu, les médias construisent et structurent leur discours par rapport à des cadres de références professionnels et personnels. La structure du message dirige le décodage réalisé par le récepteur, mais ne parvient pas à le contrôler complètement. En dirigeant le décodage, la structure du texte exerce un certain pouvoir. Ainsi, les auteurs possèdent différents outils qui leur permettent de structurer le message et d'exercer un certain contrôle sur sa réception. Un de ces outils est sans aucun doute l'usage de l'humour : « [...] la base c'est de mettre le punch à la fin de la réplique » (Auteur X). « Ben, il y a le contenu et il y a la forme tsé, [...] Quelqu'un qui raconte une blague, le punch, il fait une pause avant. C'est l'indication au monde que ça s'en vient, ça va être drôle. [...] c'est ça, ben il y a une façon de l'annoncer » (Auteur Y).

Par ces outils, les auteurs peuvent signaler aux téléspectateurs quand et pourquoi il faut rire. Les auteurs dirigent ainsi le téléspectateur dans son interprétation et dans sa compréhension du message et de la blague.

L'effet de surprise est aussi un élément humoristique important identifié par les auteurs : « Ce que j'ai identifié en tous cas, et qui est un *leitmotiv* pour *Les Bougon*, [...] c'est de la surprise tout le temps, c'est que ça ne soit pas ce à quoi les gens s'attendent » (Auteur X). Ainsi, en brisant les modèles habituels de comportement, les auteurs parviennent à faire rire leur public. La construction de fausses logiques représente un autre de ces moyens : « Mais avec les mots, avec les concepts, c'est facile de faire des fausses logiques, et c'est crissement amusant » (Auteur Y).

On comprend ainsi comment les auteurs structurent leur message grâce à ces outils et stratégies d'humour, afin que le public comprenne l'essence de leurs blagues. Il s'agit de règles d'humour plus ou moins universelles qui permettent aux auteurs d'assurer un certain contrôle sur le décodage de leurs blagues. Selon eux, ces règles sont aussi bien apprises qu'innées : « Il y a une part d'instinct, qui existe en moi depuis le début, et il y a l'autre part qui est la technique que t'acquières [...] » (Auteur X). « Ben, oui, il y a des principes d'humour, et il y en a plusieurs. Mais on ne s'en sert jamais consciemment. On ne construit pas une blague, elle nous vient spontanément » (Auteur Y).

Mais le pouvoir des auteurs va-t-il jusqu'à assurer la compréhension et l'acceptation de leurs messages et de leurs objectifs ? Dans l'entrevue, l'auteur X explique qu'il voulait provoquer un changement social. Il désirait mettre en marche une révolte sociale qui aurait permis de changer « le système » :

Mais à l'origine, [...] il y avait une volonté de faire prendre conscience de tout ça et de créer un chaos. [...] Dans les premiers temps, par exemple quand ils volaient des disques dans les magasins et tout ça, je souhaitais en secret que le lendemain de l'émission tous les magasins de disques se fassent dévaliser. [...] Et que le monde s'en prenne aux autorités, et puis au fonctionnariat et à tous les pans du système. Que les Bougon soient imités par les téléspectateurs. (Auteur X)

Mais cette révolution n'a jamais eu lieu et l'auteur X le reconnaît lui-même : « Et puis il est rien arrivé. Tsé, que ça a rien changé dans le fond » (Auteur X). L'autre auteur est

moins idéaliste par rapport aux capacités d'une émission à provoquer des changements. Pour lui, *Les Bougon* c'est avant tout un divertissement, mais un divertissement qui vise à susciter un débat de société :

Les Bougon je les vois de la même façon. C'est-à-dire qu'il n'y a pas de but, [...] on ne cherchait pas à changer le monde avec ça. On cherchait à divertir les gens, mais on s'était mis une contrainte de plus, [...] de susciter une certaine discussion, une certaine réflexion, et de quand même aller un peu plus loin. (Auteur Y)

C'est aussi plus à ce niveau que l'on peut situer le changement effectivement provoqué par l'émission. Elle a amené les gens à adopter un regard plus critique envers la société : « Moi je l'ai plus vue comme te poussant à être plus critique » (Élina).

L'émission a conduit les téléspectateurs à s'intéresser davantage à ce qui se passe dans la société : « Je dirais, ça m'a poussé à aller fouiller certains dossiers plus que d'autres, s'il y a certaines choses [dans l'émission] qui m'intéressent assez pour que j'aie lire vraiment ce qui se fait » (Carlo).

L'émission a également poussé les téléspectateurs à s'interroger sur certaines situations : « ça m'a fait aussi réfléchir sur le fait que euh, sur la situation des BS. [...] Ça m'a fait réaliser que quand tu veux t'en sortir t'es prêt à tout. [...] mais avant je ne reconnaissais pas ça » (Simone). Les changements provoqués par l'émission se situent donc surtout au niveau de l'attitude des téléspectateurs. Ce changement d'attitude peut engendrer des changements concrets comme celle de la représentation des personnes bénéficiaires de l'aide sociale, comme l'explique Simone :

Et puis que maintenant, euh, quand mettons les gens parlent de pauvreté et de BS, [ils] vont sûrement avoir en tête les gens *des Bougon*. Et puis maintenant au lieu de les regarder de haut, et de se dire, ben peut-être ces gens là, s'ils sont comme les Bougon, ils sont rusés et puis ils sont intelligents, peut-être qu'ils vont nous crosser, tsé. [...] C'est comme si maintenant on identifiait toute cette classe-là de gens aux Bougon. (Simone)

Même si l'auteur X s'attendait à de plus grands changements, il ne faut pas sous-estimer l'importance du changement illustré par Simone. Comme je l'ai précisé dans la partie

théorique, les pratiques et comportements humains sont directement liés à la façon dont la personne donne du sens au monde qui l'entoure. Le sens ou la valeur qu'une société attribue à des objets et à des événements est un reflet de ses relations sociales et institutionnelles. Le changement de sens et d'attitude provoqué par l'émission est donc significatif et important et montre que les auteurs ont eu le pouvoir de provoquer ces changements.

Le public et son pouvoir de régulation et d'interprétation

Les analyses ont également fait émerger des éléments de pouvoir qui mettent le téléspectateur en position de force. Par exemple, comme nous l'avons déjà vu précédemment, les fortes réactions du public face à la scène du chat dépecé ont amené un ajustement et une modification de l'émission. On peut dire que les réactions du public en général ont alimenté l'écriture des auteurs :

[...] du fait que les gens réagissaient et réagissaient de moins en moins plus on avançait vers la treizième et dernière émission de la première année, moi ça m'a excité, ça m'a donné le goût d'aller encore beaucoup plus loin. Et tu vois, comme l'épisode du chat, qui dans la deuxième saison a créé un tollé qu'on n'avait même pas vu venir. [...] Moi au contraire de me freiner, ça m'amène à donner encore plus. (Auteur X)

Ainsi, le public a donc la capacité d'agir sur l'émission et son contenu. Par ses réactions et ses pratiques télévisuelles, le public modifie et régule également les normes et les valeurs des institutions médiatiques. Comme nous l'avons vu dans la section de la scène du chat dépecé, les réactions du public ont par exemple conduit le diffuseur à ajuster l'image qu'il se faisait du public.

Par ailleurs, même si les auteurs structurent le texte afin que les téléspectateurs l'interprètent d'une certaine manière, ce sont les téléspectateurs qui définissent *in fine* le sens qu'ils accordent à l'émission. Le téléspectateur peut par exemple interpréter *Les Bougon* comme étant « de l'activisme télévisuel » comme le fait Raphaël, ou bien il peut l'interpréter comme étant tout simplement « de la caricature » (Bernard).

Julie, par exemple, une activiste altermondialiste et représentante d'une ONG qui travaille à promouvoir le commerce équitable, souligne avant tout l'esprit et le message critique de l'émission : « Le fait que [...], de se poser des questions, le fait de développer l'esprit critique chez les gens. Et puis ça c'est fondamental » (Julie). Elle aime le fait que l'émission provoque des discussions et des débats de société : « Le fait de savoir que ça allait déclencher des discussions, le fait de savoir que les gens en parleraient le lendemain. [...] Je trouve ça bien de dénoncer une situation, de provoquer un débat » (Julie). Cette téléspectatrice décode dans *Les Bougon* une forte critique du système capitaliste : « Fondamentalement, le message va à l'encontre de ce que sont les autres trucs, [les entreprises capitalistes], [...] Les valeurs qui sont véhiculées là-dedans, on est quand même [...], on est dans la critique » (Julie).

Maurice au contraire n'est pas un grand partisan des Bougon, car pour lui l'émission véhicule un message individualiste. Il interprète les valeurs et les comportements de la famille Bougon comme étant de l'individualisme à l'échelle du clan :

Ils ne sont pas anarchistes, ils ne sont pas contre le système, ils l'utilisent. [...] Ben, ils nous en proposent une [solution], celle de: débrouille-toi pour faire de l'argent le plus possible et puis arrange-toi tout seul, parce que le gouvernement fait rien. [...] C'est une proposition, ils proposent d'être individuel pour t'en sortir et puis d'avoir un certain esprit de clan de la famille, de ta gang. (Maurice)

En tant que personne qui souhaite une société plus solidaire, Maurice ne peut pas être d'accord avec ce message. Maurice aurait voulu entendre une critique sociale qui s'attaque davantage à l'individualisme grandissant dans notre société : « Mais j'aurais aimé qu'on critique cet individualisme là » (Maurice).

Les interprétations distinctes de Julie et de Maurice montrent que le téléspectateur a le pouvoir d'interpréter une émission de façon individuelle. Une émission peut être interprétée avec différents accents et ce sont les téléspectateurs qui déterminent ces accents. Le sens qui est encodé dans l'émission lors de sa production, ne devient pas forcément le sens que le consommateur lui donnera. Au contraire, le téléspectateur participe à la construction de sens par un décodage personnel du message, décodage qui est influencé par ses cadres de références. Il possède lui aussi du pouvoir.

En résumé, mes entrevues ont montré que le pouvoir ne s'exerce pas uniquement dans un sens. Au contraire, le pouvoir est quelque chose que l'on exerce et qui est exercé. Tous les acteurs qui participent au *circuit* du produit *Les Bougon* détiennent une partie de pouvoir, et celui-ci circule à travers tous les moments.

3.3.2 La résistance omniprésente

Les chercheurs qui se réclament des *Cultural Studies* essaient de comprendre comment le quotidien est articulé aux éléments de pouvoir économique et politique. Ils analysent alors les structures qui font en sorte que certaines personnes profitent du pouvoir pendant que d'autres en sont privées. Mais, ces chercheurs n'essayent pas seulement de saisir les formes d'organisation du pouvoir, ils tentent également de connaître les possibilités de survie, de lutte, de résistance et de changement de ces relations (Grossberg, 2003). Ils essaient de mieux comprendre les relations de pouvoir dans le but qu'un tel savoir puisse donner aux gens des outils pour changer le contexte et les relations de pouvoir eux-mêmes.

Comme je vais le présenter dans les prochains paragraphes quelques éléments de résistance ont émergé de mes entrevues.

Le message critique des auteurs

Les objectifs des auteurs présentés auparavant (voir section 3.3.1, p.112-113) soulignent leur volonté de critiquer certains éléments de notre société. Le message que l'auteur X veut transmettre par son émission indique une résistance envers les structures et relations sociales actuelles :

Et la deuxième saison *des Bougon* a beaucoup servi aussi à montrer ça, que oui il y a des gens comme les Bougon qui fourrent le système, mais en contrepartie, le système nous fourre constamment et on ne dit pas un osti de mot ! [...] Fait que c'était de montrer le monde qui fourre le système, mais que c'est rien comparé à ce qui se passe tellement à une autre échelle. (Auteur X)

L'émission offre une représentation critique de la société qui va à l'encontre du sens hégémonique. Ainsi les auteurs marchent à contre-courant et se battent pour offrir au public une contre-signification.

Cette résistance se montre également par le souhait exprimé par l'auteur X, de provoquer du changement et de créer un chaos. Afin d'atteindre ce but, l'auteur se sert de l'humour: « [L'humour] c'est un moyen agréable de changer les mentalités » (Auteur X).

Par leur émission, les auteurs luttent contre les structures et les relations sociales actuelles, dont font partie celles du système médiatique. En tentant de repousser les limites et les règles prescrites par le diffuseur par exemple, les auteurs résistent contre le pouvoir institutionnel :

Et ça, Radio-Canada [...] aurait préféré que ça ne se retrouve pas dans l'émission. Fait qu'ils y en ont fait part à Anne, Anne aussi m'en a fait part, et j'ai accepté, moyennant que Anne négocie quelque chose, qu'on n'a pas obtenu. [...] Et de la même manière Anne a accédé à la demande de Radio-Canada de retirer ce petit passage-là. Pour éviter des problèmes avec le diffuseur, et pour qu'une autre fois, où ça vaudra peut-être plus la peine de tenir son bout et puis leur mettre sur le nez: mais on a déjà coupé ce bout-là. (Auteur X)

Cette citation montre comment l'auteur se prémunit pour mieux pouvoir défendre ses intérêts lors d'une prochaine négociation avec le diffuseur. La résistance contre le diffuseur s'organise !

Par ailleurs, la provocation est un autre moyen de résistance utilisé. À travers celle-ci, les auteurs tentent de repousser les limites de ce qui est jugé acceptable et de ce que l'on peut montrer à la télévision :

Et la troisième saison, le défi, c'est d'être encore plus provocant. Mais de l'être toujours, et jamais gratuitement, qu'il y aie toujours un deuxième degré, [...] Fait comme il y a toujours un propos derrière, intelligent, il y a quelque chose qui est dit dans ça, il y a un combat qui est mené, je pense que le public l'accepte la provocation. (Auteur X)

Ainsi, les auteurs luttent contre les normes et valeurs établies, tant au niveau des institutions médiatiques qu'au niveau de la société en général.

En résumé, les auteurs exercent et subissent le pouvoir, mais simultanément, ils y résistent. Ainsi, pouvoir et résistance se conjuguent.

Cette simultanéité d'éléments de pouvoir et de résistance est également présente dans les autres moments du *circuit*. Le diffuseur par exemple, représente le pouvoir institutionnel, car il assure le maintien des normes et des règles institutionnelles. Cependant, en diffusant une émission provocante et contestatrice comme celle *des Bougon*, il soutient les auteurs dans leur contestation et dans leur remise en question de certaines relations sociales établies.

Des éléments de résistance ont également émergés des entrevues avec les téléspectateurs. Comme Hall (1980, 1994a) le souligne, le téléspectateur peut décoder le message de façon hégémonique, négociée ou oppositionnelle. En choisissant un décodage négocié ou oppositionnel, le téléspectateur résiste au sens hégémonique. Odile par exemple, interprète l'émission au premier degré et n'accepte pas la totalité de la critique que les auteurs veulent transmettre : « Mais on prend conscience que le système est vraiment fait pour ceux qui veulent frauder, ils sont capables de frauder comme ils veulent et puis tout ça » (Odile). Dans son interprétation, Odile utilise donc un cadre de référence qui diffère de celui des auteurs. De même, l'interprétation que Boris fait de l'émission et le changement d'attitude que cette interprétation amène, sont oppositionnels au message véhiculé par les auteurs : « [...] ben ça m'a aussi montré que je peux me faire avoir par n'importe quel Bougon aussi » (Boris). Et Élina de seconder : « Ça peut rendre plus méfiant, ce qui n'est pas toujours une bonne chose, mais ça peut rendre euhm, ben, ça peut être déprimant, parce que tu peux être complètement désillusionné » (Élina). D'une certaine manière, on peut dire que ces deux téléspectateurs résistent au message des auteurs.

Ainsi, aucun moment et aucun acteur ne possède le monopole du pouvoir ou de la résistance. De la même façon que le pouvoir s'exerce et est exercé à tous les moments et

par tous les acteurs, la résistance est également omniprésente. Le pouvoir et la résistance circulent « partout et en même temps ». On pourrait donc parler d'une relation dialectique²⁰ entre le pouvoir et la résistance.²¹

3.4 Communiquer par l'humour

Le caractère humoristique de l'émission *Les Bougon* constitue un autre élément qui participe à l'articulation et à la circulation du sens accordé à cette émission. Comme nous allons voir, l'humour représente une stratégie de communicabilité qui permet de produire et de consommer des messages ainsi que de négocier les règles et normes de cette communication.

3.4.1 L'humour, une stratégie de communicabilité ?

Dans l'émission *Les Bougon*, l'humour peut être envisagé comme une stratégie de communicabilité, car il permet de communiquer ce qui ne serait pas forcément communicable par un autre genre.

C'est, entre autres, l'élément humoristique de l'émission qui a attiré les téléspectateurs : « Et puis oui, avec l'humour on est allé chercher les gens plus facilement dans leur salon et les installer devant la télé pendant une demi heure » (Raphaël).

De plus, l'humour permet d'ajouter une certaine gaieté à un monde quelque peu triste et

²⁰ La dialectique dans le sens hégélien fait référence au « caractère inséparable des propositions contradictoires (thèse et antithèse) ». (Robert, 2002)

²¹ Les théories traitant des fonctions de l'humour, précisent que l'humour a, entre autres, une fonction de contrôle et de résistance. Selon ces théories, ces deux fonctions sont en relation dialectique, c'est-à-dire qu'elles sont contradictoires et apparaissent simultanément. Étant donné que l'émission *Les Bougon* fait partie du genre humoristique, j'aurais pu analyser l'émission en mobilisant la littérature théorisant l'humour et mettre l'accent de mon analyse sur cette tension entre résistance et contrôle. Comme on peut le constater, ce n'est pas l'angle que j'ai choisi. Pour les lecteurs intéressés par ces théories, voir: Chapman et Foot (1976), Collinson (1988, 1994), Lynch (2002), Meyer, (1997) et Oldani, (1988).

sombre: « Ça apporte un peu de légèreté dans cet univers là » (Directrice de la programmation de Radio-Canada). Pour Julie, seul l'humour peut rendre le discours et le contenu des Bougon tolérable :

Ben oui, parce que sans ça, ça serait absolument insupportable. De juste réaliser les situations d'exploitation, [...] mais les situations que l'auteur choisit de nous démontrer c'est des situations que, si tu prends juste la situation en tant que tel, tu t'assois par terre et tu pleures, parce que c'est déprimant. [...] T'enlèves tous les ressorts drôles et c'est à pleurer. (Julie)

Par ses caractéristiques divertissantes et par sa légèreté, l'humour rend les messages de l'émission communicable, ce qui nous fait dire qu'il permet de préparer le terrain aux réalités sociales sombres et difficiles:

[...] ça sert toujours à la même chose, c'est, ça va chercher le téléspectateur. Ça va te chercher, ça te séduit, ça te fait rire, et ça te dispose à prendre le reste. [...] Et prendre le reste, le reste dans *Les Bougon* il y en a. Il y a des choses plus difficiles à prendre, mais t'as été amené, séduit, tu as ri avec eux, et puis après ça t'es prête à pleurer avec eux. (Directrice de la programmation de Radio-Canada)

Le message des Bougon semble difficile à avaler et c'est grâce à l'humour que l'on supporte de voir et d'entendre cette critique sociale. On pourrait comparer l'humour à la saveur artificielle de cerise que l'on ajoute à un sirop contre la toux au goût ignoble, afin que le médicament devienne moins difficile à avaler. L'humour, « c'est une façon de faire passer la pilule » (Boris). Pour Raphaël, par exemple, l'humour permet d'aborder des sujets critiques de façon simple et sans écraser les téléspectateurs sous le poids des responsabilités :

Ben, c'est intellectuellement modifié, tsé. Ecoute voir une émission de politique à Radio-Canada, *Le Point* ou je ne sais pas, [...] c'est trop lourd, c'est trop compliqué. Et dans l'humour des Bougon on résume ça au plus simpliste. On en fait une bonne blague, et ça représente très bien. Et puis ça c'est plus facile pour tout le monde, et puis ce n'est pas douloureux psychologiquement, c'est pas dur intellectuellement, c'est simple et puis ça résume bien. Oui, et puis il y a moins de responsabilité aussi. C'est fait avec humour, tsé, c'est une bonne blague, on en rit, on la trouve excellente, on a tous compris. On sait tous pourquoi cette blague là existe. Ça représente bien ce problème là. (Raphaël)

La légèreté et la simplicité par lesquelles l'humour communique des contenus parfois sombres et complexes, n'empêche cependant pas la réflexion et la compréhension complète de la critique : « Ah oui, ce n'est pas parce que tu ris que t'as pas compris le lien entre ce qu'il y a derrière. Mais si tu n'as pas compris le lien derrière, ça ne t'empêche pas de la trouver bonne, tsé » (Carlo). L'humour semble donc unir le divertissement et la réflexion : « Ben oui, ben l'humour c'est fait pour faire réfléchir les gens » (Raphaël).

Pour Julie, l'humour est un moyen délicat et agréable qui permet de transmettre des messages critiques : « [...] c'est la façon la plus subtile de faire passer tes messages. Parce que faire juste de la dénonciation et juste de la critique, le message passe beaucoup plus difficilement » (Julie).

En résumé, l'humour représente « l'enrobage » (Boris) du message, de la critique sociale dans le cas des Bougon, et c'est grâce à cet enrobage que le message rejoint et touche les téléspectateurs. Ainsi, l'humour représente la stratégie de communicabilité qui rend possible l'échange de contenu signifiant entre la production et la consommation.

L'humour comme outil d'adaptation et d'ouverture

Pour l'auteur X, l'humour est un outil qui permet par exemple de gérer une peur collective :

Faut d'abord rire de certaines affaires pour les dédramatiser. Pour éviter, pour arrêter d'en avoir peur, on dirait que la première chose, en tous cas au Québec, le premier réflexe qu'on a, c'est de rire de ces différences là, qui nous rebutent et qui nous inquiètent. (Auteur X)

L'humour représenterait donc une stratégie que les Québécoises et Québécois utiliseraient pour communiquer et soulager la peur de l'inconnu et de la différence. Un des auteurs nous explique à ce propos que, pour lui, les Québécois se sont par exemple servis de l'humour pour assimiler l'immigration haïtienne :

Mais suite à l'immigration qui a eu d'haïtiens, notre réflexe c'était d'en rire de cette manière là, qui était au bout du compte pas méchant, mais qui se servait en tabarouette des préjugés et des clichés liés aux haïtiens. Mais à c't'heure, [...] c'est accepté, c'est ordinaire que des haïtiens soit désormais des québécois. Mais dans le temps ça ne l'était pas. (Auteur X)

Les Québécois auraient donc recours à l'humour pour gérer les transformations de la société et pour gérer les inquiétudes qui découlent de ces transformations. Dans *Les Bougon*, l'auteur essaie de démanteler par l'humour les préjugés et l'intolérance face aux pauvres et aux plus démunis:

Fait que pour moi les assistés sociaux, les démunis, ont les a jamais vraiment présenté à la télévision. Là, on en présente avec des clichés comme, boire de la bière le matin, et puis être pas propre et tout ça. [...] C'est sûr que ça reproduit le cliché qu'on a de ces gens là, qui sont malpropres et qui boivent de la bière. Mais peut-être à force de l'avoir ri, ce cliché là, on va passer à autre chose. C'est le souhait que j'ai. (Auteur X)

En riant de l'inconnu, celui-ci devient de plus en plus familier et intégré. Et en l'apprivoisant, les préjugés diminuent : « Et là, ça fait découvrir l'autre à l'un et l'autre. Ça contribue certainement à changer les mentalités » (Auteur X). L'humour serait-il la stratégie québécoise pour la gestion du changement ? Pour l'auteur X en tous cas, l'humour permet d'aborder des préjugés, des réalités à critiquer et de provoquer un changement. L'humour est la tactique que l'auteur X a choisi pour déconstruire les clichés et préjugés face aux pauvres. Une stratégie bien sage trouve l'auteur : « Si l'intolérance peut s'évanouir par le rire, regarde, c'est encore la meilleure façon » (Auteur X).

L'humour, un brise-glace dans un océan de tabous

Dans *Les Bougon*, l'humour est aussi un moyen de briser les tabous: « Mais l'humour sert justement à rire de choses dont parfois on est gêné de parler » (Auteur X). Et Élina de seconder: « Fait que, je pense que, c'est ça, ça dit tout haut ce que beaucoup de gens pensent tout bas » (Élina). Certains téléspectateurs vont jusqu'à dire que dans l'humour

tout est permis : « C'est une règle d'or au Québec. Tant que c'est vraiment drôle, tu peux dire ce que tu veux. C'est comme une jurisprudence établie. [...] Tu peux dire pas mal n'importe quoi, tant que tu réussis à l'amener dans un contexte qui justifie un bon rire, ça va passer » (Carlo). Avec l'humour tout semble devenir abordable et la communication deviendrait une zone sans tabous. Les règles habituelles de ce que l'on peut dire et ce qu'on ne peut pas dire, ne s'appliquent pas lorsqu'on se sert de l'humour. Les propos de Raphaël illustrent cette capacité que possède l'humour d'aborder des thèmes difficiles et de briser la glace du silence :

Euh, mais je pense qu'on peut aborder tous les sujets, il n'y a aucun sujet qui est tabou. Même quand c'est tabou, c'est encore plus le fun d'en rire, tsé. Yvon Deschamps a fait des monologues superbes contre des massacres des peuples à qui on voulait apporter le christianisme et qui refusait, et on les massacrait parce qu'ils ne voulaient pas croire en Dieu. Donc, il a fait des trucs très gros contre le génocide au Rwanda. Tsé, on peut en rire, même si c'est triste à mourir. (Raphaël)

Non seulement l'humour permet d'aborder des sujets tabous, mais l'humour modifie également les réactions des téléspectateurs. Odile, par exemple, a été choquée par la scène où la famille Bougon a été scier l'arbre de Noël de l'église. Cette scène va à l'encontre de ses valeurs personnelles, mais parce que ça s'est fait dans le cadre d'une émission d'humour, elle a pu l'accepter : « j'aurais pas touché à des affaires de même d'église, [...] ça pour moi c'était plus dur à faire passer là. Mais ça a passé pareil, [...] je m'en suis souvenue, mais ça a passé pareil » (Odile). La téléspectatrice adapte ses valeurs, ses normes et son jugement au cadre comique de l'émission. Le genre humoristique modifie donc les normes et règles autant sur le plan de la production que sur celui de la réception. La médiation par l'humour participe ainsi à définir la forme du texte et sa réception.

Élina compare l'humour de l'émission *Les Bougon* à un langage secret entre l'auteur et le public :

Ben c'est ça, moi je pense que ça permet de communiquer, [...] mais tsé, je le vois un peu comme dans certains régimes par exemple communistes [...], où on allait faire du cinéma, euh, où la censure n'allait pas voir

quelque chose, [...] allait laisser passer le film, mais que tout le peuple sait de quoi ça parle, et c'est quoi la joke, genre. (Élina)

Le genre humoristique semble être le langage médiateur entre la production et la consommation, le langage secret qui assure la transition entre ces deux moments.

3.4.2. Se reconnaître dans l'humour

L'humour est un élément essentiel dans la culture du Québec, l'importance du secteur humoristique dans l'industrie culturelle mentionnée en introduction de ce mémoire en est un exemple. Ce lien important entre le genre comique et le Québec a aussi été souligné par mes répondants :

De toutes façons, sans l'humour au Québec [...] on est pogné là-dessus nous autres. [...] Ben oui, les publicités à la télé sont drôles, il y a des albums d'humour et de musique. [...] Ben c'est exactement pour ça, c'est nous autres. C'est vraiment représentatif des Québécois. (Boris)

Selon Boris, l'humour serait donc constitutif de ce que c'est qu'être Québécois. Même si Boris, diplômé universitaire et employé de Vidéotron, a très peu de choses en commun avec la famille Bougon, il se reconnaît non seulement dans l'humour de l'émission, mais aussi dans tous ses autres aspects : « Tsé ça ne peut pas être plus nous autres, c'est un portrait craché. [...] Ben, c'est une bonne combinaison d'humour, d'intelligence, de dénonciation et puis du fait que ça nous représente nous autres exactement » (Boris). Pour Boris, la raison du succès de cette émission réside justement dans le fait qu'elle représente ce que c'est qu'être Québécois : « Ben un, parce que ça ne peut pas plus nous ressembler que ça, en tant que tel. Je trouve que ça ne représente pas ce qui a en France, ça ne représente pas ce qui a aux Etats-Unis, ça représente vraiment le mode de vie ici » (Boris). Comme le montre le témoignage de Carlo, Boris n'est pas le seul de mes répondants à se reconnaître dans *Les Bougon* : « Je suis content que *Les Bougon* existent. Parce que je me sens moins seul. [...] Ouais, ils parlent pour moi beaucoup, ha, ha, ha » (Carlo).

Mais comment peut-on expliquer que des jeunes adultes, comme Boris et Carlo dont les vies ne ressemblent pas du tout à celles des Bougon, puissent se reconnaître dans cette famille ? D'où vient cette reconnaissance entre les téléspectateurs et *Les Bougon* ?

Voici la réponse qu'Élina propose :

Fait que j'imagine, comme c'est vraiment des stéréotypes précis de personnes, de personnalités qu'on retrouve au Québec, ben, peut-être qu'à ce moment là, on va se retrouver là dedans. Et puis même si notre vie est complètement différente de celle *des Bougon*, euh, on va peut-être se retrouver dans leur révolte, ou... Parce que je pense qu'on est une société qui s'est révoltée quand même contre beaucoup de choses, [...] comme si tu n'es pas d'accord, tsé, comme si on admirait le rebelle, genre, les trucs un peu rebelle, genre. (Élina)

La révolte dans laquelle Élina se reconnaît et à laquelle elle s'identifie ressemble à la révolte d'un peuple opprimé. La domination économique et monétaire de la majorité anglophone sur la minorité francophone est une des raisons que la téléspectatrice identifie pour cette révolte. Selon ses propos, à cause de leur histoire difficile, tous les Québécois portent cette rébellion en eux :

[...] c'était quand même plus les Québécois qui étaient moins riches et la minorité anglophone qui menait, [...] Tsé, on ne peut pas se le cacher, dans les années soixante où tout s'est passé pour les Québécois, où on a vraiment pris notre place et tout ça, mais beaucoup de Québécois vivaient quand même dans des conditions assez pauvres. Et même encore aujourd'hui, les quartiers pauvres sont en majorité québécois, euh, en tout cas à Montréal. [...] et puis je pense que c'est pour ça que des émissions comme celle-là nous rejoignent plus. (Élina)

Élina se reconnaît donc dans la révolte qui est exprimée dans l'émission, car elle sent en elle cette même rébellion.

Cette reconnaissance est-elle en lien avec le genre comique de l'émission ? L'humour étant « par essence subversif, iconoclaste et un acte de résistance à l'ordre établi » (Aird, 2004, p14), le succès du genre comique et le plaisir qu'il procure aux Québécoises et Québécois, pourrait, selon les réponses de mes interlocuteurs, être en lien avec une révolte populaire. Ainsi, les téléspectateurs se reconnaîtraient dans *Les Bougon*, car la

famille Bougon, à travers sa lutte contre « le système », représenterait la lutte du peuple québécois contre les forces de l'oppression qu'il a connues dans le passé. La définition de l'humour qu'un des auteurs donne, reflète bien la fonction de l'humour dans la lutte populaire :

Ben, l'humour c'est populaire, c'est fait avec un langage populaire, c'est réactionnaire. L'humour c'est toujours en réaction, ce n'est pas quelque chose.... L'humour c'est une réplique à un événement, ce n'est pas l'événement, et c'est pour ça que ça permet de critiquer. Et de tous les temps, tsé, ça fait quatre mille ans que l'humour sert aux faibles à rire de l'autorité. C'est ton moyen de défense, la seule chose c'est d'en rire.
(Auteur Y)

L'auteur identifie l'humour comme un outil que le peuple utilise pour lutter contre l'autorité. Ainsi les Québécoises et Québécois reconnaîtraient dans *Les Bougon* leur propre lutte, et l'humour serait peut-être l'arme de choix des Québécois pour exprimer cette rébellion et pour lutter contre la soumission²². C'est dans ce sens que Mazalto (2000) analyse le rôle de l'humour dans la construction de l'identité collective du Québec. En analysant le comique au Québec à partir du 19^{ième} siècle, elle tente de comprendre les manifestations culturelles comiques à la lumière des conjonctures historiques, politiques et sociologiques. Selon cette auteure, l'humour s'inscrit dans le processus de la construction identitaire et agit comme un outil de représentation et comme un moyen d'expression. L'auteure souligne que l'humour représente tantôt un outil politique, tantôt un instrument de divertissement. En raison de la fonction politique de l'humour, le comique se greffe, selon elle, à des formes diverses de résistance sociale « et à travers cette forme d'expression spirituelle, les peuples se dotent d'un outil pour affronter leur histoire » (ibid., p14).

Ainsi, la construction de l'identité québécoise est pour Mazalto « le fruit de plusieurs siècles de domination, de privation et de résistance » et cette identité « émerge donc dans un contexte de lutte où la dynamique conflictuelle colore et conditionne son affirmation » (ibid., p.37). Selon son analyse, c'est le comique qui a permis au Québec

²² Bien que cette question dépasse le cadre de ce mémoire, il serait intéressant d'analyser pourquoi les Québécoises et Québécois se reconnaissent dans le genre « comédie » et d'essayer de comprendre comment cette reconnaissance opère.

de créer une cohésion sociale et une forme de résistance. De plus, dans un tel climat, l'humour représente également un mécanisme « de défoulement et de défense » (ibid., p.62), permettant la critique, sans mettre en danger le consensus de ce groupe. L'auteure (2000) qualifie ainsi le comique d'arme défensive et d'outil de résistance qui a permis au peuple québécois de construire son identité.

À la lumière de ce qui vient d'être dit, et en reprenant Martín-Barbero (2002), il semble possible d'avancer l'idée que l'humour au Québec, comme genre télévisuel, fait partie d'une stratégie de communicabilité. C'est du moins une piste qui mériterait d'être explorée davantage, mais qui dépasse le cadre de ce mémoire.

Quoi qu'il en soit, dans le cas de l'émission *Les Bougon*, l'humour est un élément qui contribue et traverse les différents moments du *circuit de culture*. Il participe ainsi à la construction et à l'articulation du sens accordé à l'émission.

3.5 L'actualité, Gomery et *Les Bougon*

Les réponses de mes interlocuteurs ont montré le rôle important que jouent les éléments contextuels dans l'articulation et dans la circulation du sens d'une émission télévisée.

L'importance accordée au contexte dans les approches appartenant aux *Cultural Studies* a été soulignée dans le chapitre théorique. Les *Cultural Studies* affirment que pour comprendre un phénomène culturel, il est important de le situer à l'intérieur de relations sociales plus larges. Le contexte dans lequel s'inscrivent les textes et les pratiques culturelles représente justement ce réseau. Il est important de s'intéresser au contexte, car il participe à l'articulation des différents moments du *circuit de la culture* et il participe à la construction du sens accordé à un artefact.

Ainsi, mes entrevues montrent que l'actualité a joué un rôle prépondérant dans le processus de construction de sens de la deuxième saison de l'émission *Les Bougon*.

Dans cette partie de chapitre, je veux montrer que le contexte participe non seulement à tous les moments du *circuit*, par exemple en alimentant l'interprétation des téléspectateurs, mais qu'il intervient aussi dans la présente recherche. Le contexte fait partie de mon analyse, car j'ai étudié l'émission à un moment précis, dans un contexte précis et avec des individus particuliers. Le contexte a participé à définir de quelle manière l'on voyait *Les Bougon* au moment où je les ai analysés, c'est-à-dire durant la saison 2004/2005. Si je répétais mes entrevues au moment où vous lisez ces lignes, les personnes ne feraient peut-être plus les mêmes liens et ne me donneraient peut-être plus les mêmes réponses. Cette partie s'intéresse donc à l'actualité, à la conjoncture et au contexte social de la saison 2004/2005 entourant l'émission *Les Bougon*, et montre comment le sens accordé à cette émission est articulé par et au travers de ces éléments contextuels.

Le contexte et la production

Comme nous l'avons déjà vu, au départ, c'est l'actualité, l'entourage et le contexte social qui inspirent les auteurs dans leur écriture. Parce que l'émission veut critiquer le système et souligner ses failles, les auteurs prêtent une attention particulière à ce qui ne fonctionne pas dans notre société. Le regard qu'ils portent sur l'actualité et leur interprétation du contexte social se reflètent dans le contenu de l'émission. Par exemple, selon un des auteurs interrogés, l'émission dans laquelle Frédéric Bougon se fait faussement accuser de pédophilie par un groupe de jeunes scouts, est inspirée de l'histoire qu'un professeur du Lac Saint-Jean a réellement vécue :

Eh ben, c'est inspiré par ce que vivent surtout les professeurs, c'est des professeurs. Il y en avait eu un au Lac Saint-Jean qui venait d'être innocenté. Et un moment les jeunes filles avouaient que leur professeur n'avait jamais attenté à leur pudeur et tout ça. Écoute sa réputation, pauvre gars, il reste plus au Lac Saint-Jean. Il a déménagé et sa réputation est finie à cause de fausses accusations. (Auteur X)

L'auteur a pris connaissance de cette histoire, il se l'est appropriée, il l'a entremêlée à d'autres idées et il a écrit un épisode qui parle de ce sujet. Comme nous l'avons vu, la vie quotidienne des auteurs leur permet d'y puiser leurs idées. Pour s'inspirer, ils lisent

les journaux, les magazines, ils regardent la télévision et se servent de ces informations pour faire travailler leur créativité. L'actualité politique et sociale, mais aussi le vécu quotidien des auteurs alimentent leur écriture et leur permettent d'écrire des histoires, d'inventer des aventures et de créer des personnages. Il y a donc un aspect de conjoncture, où plusieurs éléments particuliers coïncident temporellement et participent à la construction du message.

Le contexte et la consommation

L'actualité et le contexte social nourrissent également les téléspectateurs dans leurs interprétations et dans leurs compréhensions de l'émission. Durant la diffusion des deux premières saisons des Bougon, le Canada, et le Québec particulièrement, vivent une période politique très critique. Une grande insatisfaction du peuple québécois envers son gouvernement se traduit par une multitude de grèves. Les étudiants, les travailleurs du secteur public, les enseignants, les éducateurs, etc., descendent dans la rue pour dénoncer les politiques du gouvernement et pour donner voix à leur mécontentement. De plus, le pays est secoué par un scandale politique d'envergure. La vérificatrice générale du Canada découvre que dans le cadre du programme des commandites, programme destiné à augmenter la visibilité du Canada au Québec suite au résultat serré du référendum de 1995, des agences de publicité ont reçu des honoraires disproportionnés par rapport aux travaux effectués. Doté d'un budget de 250 millions de dollars, le programme des commandites octroyait des sommes d'argent aux organisateurs d'événements, de festivals ou de rassemblements, en exigeant d'eux qu'ils placent bien en évidence des symboles canadiens comme l'unifolié. L'argent du programme transitait par des agences de publicité qui se récompensaient en encaissant des commissions et des honoraires souvent démesurés. Dans son rapport, la vérificatrice générale évalue qu'environ 100 millions de dollars ont ainsi été versés aux agences de publicité (Le scandale des commandites : La commission Gomery, <http://www.radio-canada.ca>). Suite à ce scandale, le Premier ministre canadien de l'époque, Paul Martin, a mis sur pied une commission d'enquête, la commission Gomery. Après des mois d'investigations, celle-ci a révélé que les agences de publicité ont encaissé des

honoraires d'environ 150 millions de dollars sur les 311 millions qui constituaient le budget global du programme de commandites (ibid.). La commission a aussi dénoncé un système occulte de financement du « Parti Libéral du Canada » (PLC). Dans ce système, les entreprises bénéficiaires de contrats du gouvernement auraient en contrepartie assuré le financement du PLC. C'est le programme des commandites en tant que tel, la façon dont il a été géré et appliqué, mais aussi le financement occulte du Parti Libéral du Canada qui ont choqué et ébranlé les Québécoises et Québécois.

Le public a donc regardé l'émission *Les Bougon* avec une crise politique et le scandale des commandites comme toile de fond. Ce scandale et les révélations de la commission Gomery ont fortement alimenté l'interprétation des téléspectateurs. En effet, pour décrire le message de la série et pour qualifier les activités frauduleuses de la famille Bougon, les répondants ont souvent utilisé une comparaison au scandale des commandites : « Ben, ils ont ri des politiciens, déjà le politicien qui n'est plus le même. Maintenant on voit encore plus que c'est pas mal corrompu, c'est d'actualité » (Élina). La téléspectatrice fait le lien entre l'image stéréotypée du politicien corrompu présentée dans l'émission et l'actualité politique. Le scandale des commandites et ses répercussions ont donc teinté l'interprétation de cette téléspectatrice. Un autre téléspectateur compare le clan Bougon au clan libéral :

Ça me faisait penser, c'est comme les Libéraux, dans le scandale Gomery, c'est comme une famille [...]. On perçoit comme la famille libérale qui se graissent entre eux, qui se donnent de l'argent et tout ça. Ben, c'est comme un peu la même affaire. Là c'est le clan Bougon, au lieu du clan libéral. Fait que moi je fais vraiment des parallèles avec ça [...].
(Maurice)

Ce téléspectateur se sert du scandale des commandites pour expliquer comment il interprète le message des Bougon. Il identifie le « Parti Libéral du Canada » aux Bougons. Pour lui, la famille Bougon fonctionne exactement comme le PLC : tous deux sont solidaires par rapport aux membres du clan, mais individualistes par rapport aux autres membres de la société : « Tsé, une «me, myself and I», là à l'échelle du clan » (Maurice).

Un autre téléspectateur fait référence au scandale des commandites en parlant de « réalité qui dépasse la fiction ». Pour lui, *Les Bougon* et leurs magouilles représentent de la fiction, mais il y a des choses qui se passent réellement dans notre société qui sont plus graves. Selon lui pourtant, les fraudes et les magouilles des Bougon ne se comparent pas à celles du gouvernement actuel :

Réalité qui dépasse la fiction, ben, la commission, du côté politique, la commission Gomery nous en donne une quantité vraiment plus qu'on en veut. Ha ! Ha ! Enfin, qu'est-ce qui est vrai, qu'est ce qui est faux là dedans, on ne le sait pas, mais si 10 % est vrai, *Les Bougon* sont dépassés sur quelques plans. (Bernard)

Bernard se sert de l'actualité comme échelle de comparaison entre la fiction et la réalité. Dans la même optique, Simone, une téléspectatrice, se sert du scandale des commandites pour qualifier les « crimes » commis par la famille Bougon. Pour elle, on accepte les magouilles des Bougon parce qu'ils sont pauvres, mais s'ils avaient été riches, on ne les aurait vues du même oeil, et ça aurait créé un scandale comme celui des commandites :

Et ça n'aurait pas eu le même impact, si les Bougon avaient été riches. Un riche, tsé il va à la commission Gomery. [...] Ça n'aurait pas été la même chose. Ils n'auraient pas eu la même sympathie du public s'ils avaient été riches. [...] Parce que c'est une crosse aussi ce qu'ils ont fait les gens de la commission Gomery. Ils ont crossé les Québécois avec l'argent des contribuables, mais c'est parce qu'on n'a pas l'impression que..., on n'aurait pas eu l'impression que ces gens là en auraient eu besoin. (Simone)

Pour Simone, l'actualité politique du Québec est un genre de baromètre, elle juge *Les Bougon* selon sa compréhension de l'actualité, notamment celle du scandale des commandites.

Même les auteurs soulignent que le scandale des commandites a renforcé le message qu'ils voulaient véhiculer et qu'il a aidé à la compréhension de ce message. Ils voulaient que les gens se rendent compte que c'est par « le système », c'est-à-dire par les hauts dirigeants politiques et économiques, que les gens se font vraiment duper, et non par les petits assistés sociaux qui fraudent pour quelques dollars :

Ça a bien tombé, parce qu'en même temps il y a eu la commission Gomery, il y a eu le scandale des commandites et tout ça. Ça a bien montré au monde que, pendant qu'il y a des petits magouilleurs comme les Bougon, dans le fond il y a tellement pire qui se passe. [...] Fait que [le but] c'était de montrer le monde qui fourre le système, mais que c'est rien comparé à ce qui se passe tellement à une autre échelle. (Auteur X)

La coïncidence temporelle du scandale des commandites, de la commission Gomery, du contexte social et politique au Québec et de l'émission a donc fortement teinté l'interprétation et la compréhension des téléspectateurs à l'égard des Bougon. Même si les liens que les différents téléspectateurs ont faits avec le scandale des commandites ont été très variés, il est important de prendre en considération cette toile de fond politique et sociale qui est intervenue dans le message et dans son interprétation.

En résumé, ces exemples montrent que l'émission et son interprétation ne peuvent pas être détachées de l'actualité et du contexte social. *Les Bougon* s'inscrivent dans un univers d'événements politiques, sociaux et individuels qui coïncident, se lient et se répondent. Chaque individu qui entre en contact avec l'émission, que ce soit l'auteur, le téléspectateur ou le diffuseur, touche à une panoplie d'autres événements et situations et en est simultanément touché.

Les Bougon : un exutoire ?

Le public s'intéresse aussi à savoir comment les auteurs se serviront de cette actualité scandaleuse dans les épisodes futurs. Ils s'attendent à ce que les auteurs en parlent et ils sont curieux de découvrir comment ceux-ci vont intégrer le scandale dans les aventures de la famille Bougon. Les téléspectateurs ont hâte d'entendre la voix critique des auteurs à ce sujet²³ :

²³ Alors que j'écris ce chapitre analytique, la troisième saison de l'émission *Les Bougon : c'est aussi ça la vie* passe sur les ondes de Radio-Canada. Dès le premier épisode, le téléspectateur a pu découvrir des petites pointes humoristiques par rapport à ce scandale politique. Comme les téléspectateurs le prévoyaient, dans le premier épisode de la troisième saison par exemple, les auteurs ont intégré et entremêlé l'actualité politique canadienne avec les aventures de la famille. Par exemple, alors que Junior prépare sa défense pour son procès juridique, son avocat lui apporte une cassette vidéo avec les témoignages de la commission Gomery afin qu'il apprenne comment mentir et avoir l'air honnête en

J'ai hâte de voir la prochaine saison quand même, parce que là ils vont avoir eu le temps de régurgiter pas mal toutes ces histoires de la commission Gomery, et j'ai hâte de voir ce que ça va donner [...] Parce que ça a tellement changé tout dans la société, à tous les niveaux, cette histoire-là, que forcément il y aura des trucs qui vont ressortir là-dedans, ça va être drôle. (Julie)

De plus, l'émission est souvent comparée à un exutoire : « Ben, dans *Les Bougon*, c'est un exutoire dans le texte je pense. [...] c'est le fait d'en rire parce que sinon on va en pleurer » (Boris). Le public semble soulager sa frustration par le rire, mais il se sent soulagé aussi par le fait de savoir que quelqu'un a donné une voix publique à cette frustration :

[...] et puis aussi on a un peu, je pense que tout le monde a un peu un côté rebelle en soi qui se dit: Ah! Ouais, le système est pourri! Donc quand t'es comme ça, c'est comme peut-être que ça a un effet de soulagement. Tu te dis: Ah, je ne suis pas la seule à penser ça. (Élina)

Raphaël confirme cet effet de soulagement et de satisfaction : « Moi je ne sais pas, *Les Bougon*, ils ne m'ont pas personnellement apporté grand-chose, ils m'ont juste apporté une satisfaction : que ça soit à la télé et que finalement tout le monde voit ça » (Raphaël).

Les téléspectateurs se fient donc aux auteurs *des Bougon* pour donner une voix à leur mécontentement et pour soulager leurs frustrations et leurs tensions. Les téléspectateurs ont accordé aux auteurs le rôle d'exutoire collectif, et ils leur délèguent ainsi une sorte de révolte :

[...] c'est comme si dans *Les Bougon* il y avait une certaine forme de révolte qu'on a tous en nous. [...] et donc le fait qu'eux en parlent et qu'ils, on peut dire, qu'ils pètent leur coche à notre place, ben, peut-être ça a un effet comme soulageant d'écouter ça, j'imagine. (Élina)

même temps. L'avocat suggère à Junior d'imiter les témoins de la commission Gomery, ce qui lui garantirait un verdict favorable.

En résumé, l'interprétation et la compréhension des téléspectateurs ainsi que les comportements qui en découlent, sont alimentés par ce rôle d'exutoire que les téléspectateurs accordent à l'émission.

Quand les médias s'en mêlent !

En parlant des « gros Bougon », les médias se sont servis de l'image véhiculée par *Les Bougon* pour parler du scandale des commandites et dénoncer d'autres fraudes politiques et économiques. Par exemple, le cyberjournal des affaires internationales « CommerceMonde.com » a publié un article dans lequel l'auteur utilise le terme « les gros Bougon » pour parler des gros scandales économiques et des ponts dorés qui sont offerts à certains chefs d'entreprise :

Mais j'ai surtout présent à l'esprit les GROS Bougon, ceux qui «fuckent» le système au point de faire basculer l'économie mondiale. Je citerai des noms compris dans une lettre qu'un citoyen a envoyée au journal LE SOLEIL : les Enron, Parmalat, Bre-X, Martha Stewart ou Cinar. Mais on peut en ajouter plusieurs autres qui agissent en Bougon, mais légalement. Ici je pense à tous ces pdg d'entreprises paragouvernementales qui se négocient des primes de départ tout à fait scandaleuses après, parfois, avoir conduit ces entreprises au bord du gouffre. Tous nous sommes des Bougon, mais les Bougon en Mercedes sont les plus dangereux. (Routhier, 2006, <http://www.commercemonde.com>, voir annexe 6)

Dans le quotidien *La Presse*, la journaliste Louise Cousineau compare les politiciens et les économistes québécois qui trichent et fraudent aux Bougon:

Deux jours après la première des Bougon, ces fraudeurs à la petite semaine, on apprend que le fisc québécois s'apprête à épingler les fraudeurs à cravate. [...] Bref, pendant qu'on se demande si les Bougon sont des assistés sociaux ou pas, voilà qu'on s'attaque aux gros Bougon du système. (Cousineau, 2004 voir annexe 5)

En proposant un lien entre *Les Bougon* et l'actualité, les médias participent à définir ce que le terme « Bougon » représente et quelles identités y sont associées. Ils participent ainsi eux aussi aux différents moments du *circuit*.

En résumé, l'actualité et la conjoncture ont donc participé à l'articulation des différents moments du *circuit*. Cependant, le fait qu'il s'agisse d'un scandale politique majeur ayant été repris par d'autres médias, et le fait que ceux-ci se soient servis de l'image *des Bougon* pour en parler, participent également à cette articulation.

De plus, c'est parce que l'émission a été créée au Québec au moment du scandale des commandites, un moment où la grogne publique culminait, que l'émission s'est vu accorder un sens particulier. Dans une société sans scandale politique, les interprétations auraient sans doute été différentes. En alimentant la signification de l'émission, le contexte participe également à l'analyse, car les données, et par conséquent ce que j'en ai retiré, ont été nourris par le contexte social et politique du Québec. Les éléments contextuels, sociaux et politiques participent donc à l'articulation et à la circulation du sens dans *Les Bougon*.

Finalement, le cas *des Bougon* semble être un parfait exemple de « bon timing ». Tout a joué en faveur *des Bougon* : l'émission a rencontré un contexte politique adapté à son message ainsi qu'un public et des médias réceptifs à la critique. À croire qu'ils avaient également préparé ce coup-là ! Dans le cas *des Bougon*, le sens est articulé à tous ces éléments contextuels qui interagissent en même temps. C'est dans cette simultanéité et dans l'interrelation de ces éléments que repose la complexité du *circuit de la culture*.

3.6 Retour sur la recherche

Pour clore ce chapitre analytique, j'aimerais revenir sur le processus de recherche et discuter de certains aspects méthodologiques afin d'avancer quelques réflexions personnelles au sujet du processus de recherche. En discutant des entrevues, de la réflexivité et de l'écriture, j'aborderai dans les pages qui suivent quelques éléments qui m'ont marquée dans mon expérience de recherche.

L'entrevue comme outil méthodologique

Le choix de l'entrevue comme méthode principale s'est avéré pertinent et efficace. J'ai ainsi pu récolter des données riches et variées qui m'ont permis de mieux comprendre le phénomène de circularité et la complexité du processus de construction de sens d'un produit culturel donné. En fait, la forme semi-structurée des entrevues a permis de trouver un équilibre idéal entre la structure et l'ouverture. En guidant la conversation et en assurant que les thèmes d'intérêts soient abordés, la structure a rendu l'entrevue efficace. L'ouverture, pour sa part, a permis de repérer et de suivre les liens et les idées de mes interlocuteurs. La réussite des entrevues est également attribuable au grand intérêt que ma recherche a provoqué dans le milieu artistique et médiatique, ainsi que chez les téléspectateurs. Mes interlocuteurs n'ont pas hésité à m'accorder du temps pour répondre à mes questions.

Par ailleurs, le fait de jumeler les données récoltées lors des entrevues avec des documents déjà existants, tels que des articles de journaux, a permis d'approfondir et d'enrichir l'analyse. Ainsi, j'ai non seulement eu accès aux interprétations de mes répondants, mais aussi à des informations provenant d'autres sources, comme celles des médias.

J'aimerais également souligner l'importance de la transcription personnelle des entrevues dans le processus d'appropriation et d'analyse des données. La retranscription et la relecture systématique des entrevues m'ont permis de construire une relation de proximité avec les données. Pour pouvoir dégager de mes entrevues une explication qui puisse répondre au questionnement de ma recherche, je devais me familiariser avec les données de terrain. En effet, cette familiarisation m'a permis de maîtriser les données à un tel point, qu'en lisant une phrase isolée, je pouvais l'identifier et savoir de quelle entrevue elle provenait. Or, l'appropriation et la compréhension de données par le chercheur, grandement facilitées par la retranscription et les multiples lectures, est une phase cruciale dans le processus d'analyse, car c'est grâce à celles-ci que l'on parvient à identifier des liens et des pistes d'analyse pertinentes.

Comme je l'ai décrit dans le chapitre méthodologique, au fur et à mesure que je progressais dans mon analyse en construisant et en modifiant les catégories et les liens,

de nouvelles pistes et intuitions ont émergé. En retournant aux transcriptions d'entrevues pour vérifier ces nouvelles pistes, j'ai pu décider si celles-ci étaient pertinentes pour cette recherche ou non. Ce sont donc des allers-retours fréquents qui ont permis de faire émerger, peu à peu, des liens qui traversaient l'ensemble des entrevues. Certaines de ces pistes ne se sont pas avérées signifiantes dans le contexte de cette recherche, car elles auraient exigé un retour auprès des répondants afin de les explorer avec eux. Dans le cadre de ce mémoire, un tel retour n'était pas possible.

La réflexivité

Il faut souligner que l'une des caractéristiques principales de l'investigation qualitative est la réflexivité du chercheur. La posture réflexive et la vigilance du chercheur permettent « de maîtriser les risques liés à l'engagement du chercheur, à son appréhension du monde vécu de l'autre, comme d'éviter les interprétations hâtives, les projections indues » (Jodelet, 2003, p.150). Afin d'évaluer la manière dont le chercheur a procédé, cette auteure recommande « un retour réflexif sur les opérations réalisées et les techniques appliquées » (ibid.). Le fait de prendre conscience de ma présence et de mon influence potentielle dans le milieu de recherche a traversé tout mon cheminement, et ce projet de recherche m'a permis de développer davantage cette aptitude réflexive. Il est fort à parier que chacun d'entre nous se regarde dans un miroir quotidiennement, mais est-ce que nous prenons le temps de nous y arrêter pour réfléchir au reflet que nous voyons, à notre effet sur cette image, à l'importance de notre présence dans cette composition? Ma présence sur le terrain, ma façon de construire l'objet de recherche, ma façon de le questionner et finalement celle de l'interpréter ont nécessairement influencé cette recherche.

Concrètement, le fait d'avoir adopté une posture réflexive a signifié pour moi non seulement de me libérer de mes *a priori* théoriques mais aussi de me questionner à l'égard de tous mes gestes et une volonté de suivre librement les liens et les pistes proposés par les répondants. En posant un regard critique sur l'ensemble de ma démarche de recherche, je pense avoir fait preuve de réflexivité.

La circularité : un défi pour la rédaction

Une des difficultés dans la rédaction de ce mémoire a été de rendre compte de la circularité du produit culturel à travers un médium linéaire tel qu'un mémoire. La présentation de cette recherche sous forme de texte linéaire est difficilement compatible avec le sujet « circulaire » de ma recherche. Le mariage des deux s'est fait laborieusement ! Pour rendre compte le plus adéquatement possible de la circularité et du mouvement continu du processus culturel, j'ai donc été obligée de parler plusieurs fois d'un même aspect, mais sous différents angles. Par exemple, le personnage de Junior a permis de montrer la circularité et la complexité du moment de la production. Cependant, j'ai dû revenir sur ce moment dans la scène du chat, pour montrer comment les réactions du public ont alimenté l'écriture des auteurs. Le fait que tous les moments soient reliés et qu'ils interagissent simultanément et constamment, a rendu le travail de découpage en sections très difficile. Ceci peut donner une impression de redondance et alourdir la lecture. C'est pourtant seulement à ce prix que j'ai pu écrire de manière compréhensible, sans que le lecteur potentiel ne perde de vue le cheminement de l'analyse. Afin d'éviter la répétition, j'ai opté pour différentes stratégies d'écriture, réécrivant, restructurant et remodelant à maintes reprises les différentes parties, pour finalement choisir la forme et la structure présentes.

Lors de la rédaction, j'ai donc été concrètement confrontée à la circularité du processus dans lequel tout est imbriqué, entremêlé et en interaction. Mais cette difficulté soutient en fait la théorie et le positionnement des auteurs qui ont conceptualisé le *circuit de la culture*. Cette difficulté ne se serait pas présentée de la même façon si le processus n'avait pas été circulaire, et si l'objet de recherche n'avait pas été justement de montrer cette circularité.

Pour terminer cette visite guidée, j'aimerais souligner que l'exploration de ce château de la Renaissance, avec ses personnages, ses halls et ses couloirs, aurait pu se faire par un autre chemin. Les portes que j'ai ouvertes et les pièces que je vous ai présentées sont particulières à ma recherche et leur visite a été guidée par les personnes interrogées et les éléments contextuels. J'espère que ce voyage unique vous a plu !

Conclusion

Dans le cadre de ce mémoire, il a été question de la construction et de la circulation de sens dans l'émission *Les Bougon*. En mettant l'accent sur l'articulation des différents moments du *circuit de la culture* présents dans cette émission, il a été possible de montrer comment le sens se construit et circule tel que proposé par Du Gay *et al.* (1997). Ainsi, à travers notamment la production, la consommation, la représentation, la régulation et l'identité, nous avons pu voir comment ces différents moments sont imbriqués et se répondent, dans et à travers l'émission *Les Bougon*. Cette recherche montre que le sens accordé à cette émission représente un processus complexe et circulaire dont les différents moments sont contextuellement liés.

Le premier chapitre a mis l'emphasis sur différentes approches qui permettent de conceptualiser le processus de la communication. Ainsi, il a été possible de soulever des questions relatives à la construction conjointe de sens dans une émission télévisée. Adoptant une perspective *Cultural Studies*, ce processus communicationnel médiatique s'est révélé être circulaire et englobant différents processus culturels. À l'aide du *circuit de la culture*, la problématique a pu être définie en mettant l'accent sur trois éléments importants : l'articulation des différents moments, le processus conjoint de création de sens et la circularité du processus culturel.

Dans le deuxième chapitre, il a été question de l'approche méthodologique choisie, de type qualitatif et interprétatif. Présentant ses avantages et ses désavantages, ce chapitre a permis d'exposer et de discuter l'entrevue semi-dirigée comme technique pertinente de collecte de données pour le questionnement de cette recherche. Finalement, le processus d'analyse a été théorisé et discuté, et j'y ai joint un compte rendu de mon expérience de recherche et des procédures concrètes réalisées.

Le troisième chapitre fut consacré à l'analyse de l'émission *Les Bougon*. L'articulation des différents moments du *circuit de la culture* a été mise en évidence dans les différentes parties de ce chapitre. En illustrant les articulations existant entre la production, la consommation, la représentation, la régulation et l'identité dans l'émission *Les Bougon*, le lecteur parvient à comprendre que tous ces moments sont interreliés, interdépendants et interactifs, et que le sens accordé à l'émission se construit à travers ces articulations. Ainsi, les différentes parties de ce chapitre ont permis de montrer la circularité et la complexité du processus culturel et de la construction de sens.

L'analyse des différents éléments de pouvoir et de résistance intervenant dans *Les Bougon* a permis d'illustrer que le pouvoir et la résistance sont exercés et subits à tous les moments du processus culturel. J'ai par ailleurs discuté du rôle de l'humour dans la construction du sens accordé à cette émission et du lien potentiel entre ce genre et les Québécoises et Québécois. Enfin, ce chapitre souligne l'importance du contexte politique et social dans la signification accordée à cette émission.

À la lumière de cette analyse et de sa discussion, plusieurs pistes de recherche ont émergé. Ainsi, dans une recherche future, il serait intéressant d'explorer plus profondément le fonctionnement de l'humour comme genre dans l'émission *Les Bougon*. L'intérêt d'une telle recherche serait de dépasser le cadre fonctionnaliste des théories de l'humour mentionnées dans la section 3.3.2, pour parvenir à une compréhension plus culturaliste de l'humour dans les émissions télévisées. De plus, il serait intéressant d'analyser la relation dialectique entre le pouvoir et la résistance dans cette émission, à la lumière des théories de l'humour, comme proposé dans la section 3.3.2.

Une autre piste pourrait être explorée en abordant le lien entre le Québec et l'humour en tant que genre. Dans le cas de l'émission *Les Bougon*, l'humour est un élément qui contribue et traverse les différents moments du *circuit de la culture*. Il participe ainsi à la construction et à l'articulation du sens. Que reconnaissent les Québécoises et les Québécois dans ce genre particulier? En proposant un parallèle entre la reconnaissance des Latino-américains dans le récit du mélodrame et la reconnaissance des Québécois

dans l'humour, il devient intéressant d'avancer l'idée que l'humour au Québec, en tant que genre télévisuel, fait partie d'une stratégie de communicabilité. C'est du moins une piste qui mériterait d'être explorée davantage.

Finalement, le statut du contexte dans le *circuit de la culture* représente un dernier questionnement que j'aimerais soulever. Comme nous l'avons vu, le contexte et l'actualité sociopolitique participent à tous les moments du *circuit* et à l'articulation du sens accordé à un artefact culturel. À la lumière du rôle important que le contexte a joué dans la signification accordée à l'émission *Les Bougon* et dans la démarche des *Cultural Studies*, ce dernier devrait, à mon avis, recevoir une plus grande place dans la modélisation du *circuit de la culture*. Dans la littérature théorisant le *circuit*, l'importance du contexte semble implicite, je pense cependant qu'il serait souhaitable de l'explicitier plus précisément.

Visant à mieux comprendre le processus de construction et de circulation de sens dans une émission télévisée particulière, les résultats de cette analyse sont transférables à d'autres recherches qui s'intéressent à la construction de sens dans d'autres émissions télévisées. Même si des facteurs circonstanciels et spécifiques ont marqué l'étude, cette dernière illustre le fonctionnement général du processus de construction de sens d'une émission télévisée dans et par l'articulation de processus culturels. De plus, à travers l'analyse empirique de l'émission *Les Bougon*, cette recherche permet de montrer le bien-fondé du modèle du *circuit de la culture* proposé par Du Gay *et al.* (1997). La démarche de cette recherche et les résultats obtenus illustrent le fonctionnement de ce modèle, ainsi que la complexité et la circularité du processus culturel. De ce fait, ces résultats sont pertinents pour toute recherche s'intéressant au processus culturel en général, à la circulation des objets culturels et au processus de construction de sens.

Références bibliographiques

Aird, Robert (2004). *L'histoire de l'humour au Québec: de 1945 à nos jours*. Montréal : VLB, p.164.

Altman, Rick (1999). *Film/Genre*. London: BFI Publishing, 246p.

Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen & Co.Ltd, 148p.

Ang, Ien (1996). *Living Room War: Rethinking Media audiences for a Postmodern World*. New York: Routledge, 208p.

Barker, Chris (1997). *Global Television: An Introduction*. Oxford: Blackwell Publisier Ltd, 260p.

Brunsdon, Charlotte, et David Morley (1978). *Everyday Television: 'Nationwide '*. London: British Film Institute, 94p.

Canet, Raphaël (2004). « Analyse qualitative des données : construire une représentation à l'aide du logiciel NVivo ». *Textes de méthodologie*. En ligne : http://www.chaire-mcd.ca/publications/textes-methodologie/2004_01_Canet.PDF, (consulté le 26 avril 2006).

Chapman, Anthony J. et Hugh C. Foot (1976). *It's a funny thing humour: the International Conference on Humour and Laughter*. Oxford, UK: Pergamon Press, 507p.

Collinson, David L. (1988). «Engineering humor: Masculinity, joking and conflict in shop floor relations». *Organisation Studies*. 9, p.181-199.

Collinson, David L. (1994). «Strategies of Resistance: Power, knowledge, and subjectivity in the workplace». In John M. Jermier, David Knight et Walter R. Nord (eds.), *Resistance and power in organizations*. London: Routledge, p.25-68.

Coudé-Lord, Michelle (2005). « Les Bougon accusés de cruauté animale ». *Journal de Montréal*, 18.02.2005.
<http://www2.canoe.com/artsetculture/actualites/television/archives/2005/02/20050218-070506.html>, (consulté le 9 décembre 2005).

Cousineau, Louise (2004). « Petits Bougon à la télé, gros Bougon dans la vie ». *La Presse* (Montréal), 13 janvier 2004, ARTS SPECTACLES p.5.

Curran, James (1996). «The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal». In James Curran, David Morley et Valerie Walkerdine (eds.), *Cultural Studies and Communication*. London, New York: Arnold, p.256- 278.

Dayan, Daniel (1989). «À propos de la théorie des effets limités». *Hermès*, 4, Paris: CNRS, p.93-95.

Deslauriers, Jean-Pierre (1991). *Recherche Qualitative : Guide pratique*. Montréal: McGraw-Hill, 142p.

Demers, Christiane (2003). « L'entretien ». In Yvonne Giordano (dir.), *Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative*. Colombelles : Édition EMS, p.174-210.

Denoncourt, Frédéric (2004). « Affreux, sales et méchants ». *Voir*, 15.01.2004. <http://www.voir.ca/actualite/actualite.aspx?iIDArticle=29301>, (consulté le 2.6.2004).

Denzin, Norman K. et Yvonna S. Lincoln, (1998) *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks: Sage, 346p.

Du Gay, Paul (1997). *Production of Culture/Cultures of Production*. Coll. « Culture, Media and Identities ». London; Thousand Oaks: SAGE, in association with the Open University, 356p.

Du Gay, Paul, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay et Keith Negus (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Coll. « Culture, Media and Identities ». London; Thousand Oaks: SAGE, in association with the Open University, 150p.

Fontana, Andrea et James H. Frey (2000). « The interview: From Structured Questions to Negotiated Text ». In Norman K. Denzin et Yvonna S. Lincoln, (eds.), *Handbook of Qualitative Research*. Second Edition, Thousand Oaks: Sage Publication, p.645-672.

Frow, John et Meaghan Morris (1996). «Australian Cultural Studies». In John Storey (ed.), *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold, p.344-367.

Giordano, Yvonne (2003). *Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative*. Colombelles : Éditions EMS, 318p.

Groleau, Carole (2003). « L'observation ». In Yvonne Giordano (dir.), *Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative*. Colombelles : Édition EMS, p.174-210.

Grossberg, Lawrence (2003) « Le cœur des Cultural Studies ». *L'homme et la Société*, no 149, juillet-septembre, 2003, p.41-55.

Hall, Stuart, Dorothy Hobson, Andrew Lowe et Paul Willis (1980). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson, 311p.

Hall, Stuart (1980). «Encoding/decoding». In Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe et Paul Willis (eds.), *Culture, Media, language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson, p.128-138, 311p.

Hall, Stuart (1992). « Cultural Studies and its Theoretical Legacies ». In Lawrence Grossberg, Cary Nelson et Paula A. Treichles (eds.), *Cultural Studies*. London: Routledge, p.277-294.

Hall, Stuart (1994a). « Codage/Décodage ». *Réseaux*, n° 68. Paris: CNET, p.27-39.

Hall, Stuart, avec Jon Cruz et Justin Lewis (1994b). « Reflection upon the Encoding/Decoding Model: An Interview with Stuart Hall ». In Jon Cruz, et Justin Lewis (eds.), *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception*. Boulder: Westview Press, p.253-274.

Hall, Stuart (1996). « On Postmodernism and Articulation ». In David Morley, et Kuan-Hsing Chen (eds.), *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge, p. 131-150, 522p.

Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Coll. « Culture, Media and Identities ». London; Thousand Oaks: SAGE, in association with the Open University, 400p.

Hammersley, Martyn et Paul Atkinson (1989). *Ethnography: Principles in Practice*. New York; NY: Routledge, 273p.

Holloway, Immy et Les Tordes (2003). « The status of methods: flexibility, consistency and coherence ». *Qualitative Research*, 3(3). Thousand Oaks: Sage Publications, p. 345-357.

Jodelet, Denise (2003). « Aperçus sur les méthodologies qualitatives ». In Serge Moscovici et Fabrice Buschini (dir.), *Les méthodes des sciences humaines*. Paris : Les presses universitaires de France, p. 138-162.

Johnson, Richard. (1986). « The Story so far: and further Transformations? ». In David Punter (ed.), *Introduction to Contemporary Cultural Studies*, London; New York: Longman, p. 277-313.

Johnson, Richard, Deborah Chambers, Parvati Raghuram et Estella Tincknell (2004). *The Practice of Cultural Studies*. London; Thousand Oaks: SAGE, 300p.

Jones, S., (2004) « Depth Interviewing ». In Clive Seal (ed.) *Social research methods: A reader*. New York: Routledge, p. 257-260.

Kaufmann, Jean-Claude, (2001). *L'entretien compréhensif*. Paris: Nathan/HER, 127p.

Liebes, Tamar, et Elihu Katz (1993). « Six interprétations de la série « Dallas » », traduit par Eric Maigret et Daniel Dayan. *Hermes*, 11-12, p.125-144.

Lynch, Owen H. (2002). « Humorous communication: Finding place for humour in communication research ». *Communication theory*, 12(4), p.423-445.

Martín-Barbero, Jesús (2002). « Les méthodes: des moyens de communication aux médiations », In *Des médias aux médiations : Communication culture et hégémonie*. Paris : Éditions du CRNS, p.173-205.

Mattelart, Armand et Michèle Mattelart (2004). *Histoire des théories de la communication*. 3^e édition. Paris : Éditions de la Découverte, 123p.

Mattelart, Armand et Eric Neveu (1996). «Cultural Studies' Stories : La domestication d'une pensée sauvage ? ». *Réseaux*, no 80. Paris: CNET, p.1-47.

Mazalto, Marie (2000). *L'humour comme facteur d'identité collective : le cas du Québec*. Mémoire de maîtrise, Montréal : Université du Québec à Montréal, 170 p.

McRobbie, Angela (ed.) (1982). *Four on 4: transcriptions from four open forums on the new television channel*. Stafford: Birmingham Film Workshop, 90p.

McRobbie, Angela (1991). *Feminism and youth culture: from 'Jackie' to 'Just seventeen'*. Basingstoke; Hampshire: Macmillan, 255p.

Meyer, John C. (1997). « Humor in member narratives: Uniting and dividing at work ». *Western Journal of Communication*, 61, p.188-208.

Mills, Brett (2001). « Studying Comedy ». In Glen Creeber, Toby Miller et John Tulloch (eds.) *The Television Genre Book*. London: BFI Publishing, p.61-62.

Mittell, Jason (2004). *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York; London: Routledge, 238p.

Monaéric, « Le Cornichon : Journal québécois des vraies fausses actualités 100% satiriques, un rien vinaigré », <http://www.lecornichon.qc.ca> (consulté le 19 janvier 2006).

Morgan, Gareth et Linda Smircich (1980). « The Case for Qualitative Research ». *Academy of Management Review*, 5(4), p. 491-500.

Morley, David (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. New York: Routledge, 325p.

Morse, Janice M. (1994). *Critical Issues in Qualitative Research Methods*. Beverly Hills: Sage, 395p.

Morse, Janice M., Michael Barrett, Maria Mayan, Karin Olson et Jude Spiers (2002). « Verification Strategies for Establishing Reliability and Validity in Qualitative Research ». *International Journal of Qualitative Methods*, 1 (2), consulté sur: <http://www.ualberta.ca/~ijqm/>, (consulté le 26 avril 2006).

Murphy, Harriet (1997). *Canetti and Nietzsche: theories of humor in 'Die Blendung'*, Albany, N.Y: State University of New York Press, 444p.

Neale, Steve (2001). « Genre and Television ». In Glen Creeber, Toby Miller et John Tulloch (eds.) *The Television Genre Book*. London: BFI Publishing, p.3-4.

Nelson, Cary, Paula A. Treichler et Lawrence Grossberg (1992) « Cultural Studies: An Introduction ». In Lawrence Grossberg, Cary Nelson and Paula A. Treichler (eds.), *Cultural Studies*. London Routledge, p.1-16.

O'Sullivan, Tim, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery et John Fiske (1994). *Key concepts in Communication and Cultural Studies*. 2^{ème} Edition. New York: Routledge, 367p.

Pigeon, Marc « L'effet Bougon sur Internet ». *Journal de Montréal*, 22 janvier 2004. <http://www2.canoe.com/techno/nouvelles/archives/2004/01/20040122-060944.html>, (consulté le 19 janvier 2006).

Poupart, Jean, Jean-Pierre Deslauriers, Lionel-Henri Groulx, Anne Laperrière, Robert Mayer et Alvaro Pires (1997). *La recherche qualitative: Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal : Gaëtan Morin Éditeur ltée, 405p.

Proulx, Serge et Danielle Bélanger (2003). « La réception des messages ». In Anne-Marie Gingras (dir.), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, p. 215-255.

Radway, Janice A. (1984). *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 274p.

Robert, Paul (2002). *Le nouveau PETIT ROBERT: Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris: Dictionnaires le Robert, 2949p.

Routhier, Benoît (2004) « Les Bougon brassent la cabane et les Québécois sont-ils des tarés ? ». *CommerceMonde.com*, N°39, mars/mai 2004. <http://www.commercemonde.com/039/sommaire/brouthier.html>, (consulté le 19 janvier 2006).

Sans auteur

Infopresse, <http://www.infopresse.com>, (consulté le 2 juin 2004).

Sans auteur

Le club du rire, <http://www.clubderirequebec.com/accueil.html> (consulté le 31 mars 2004).

Sans auteur

« Le scandale des commandites : La commission Gomery ».

<http://www.radio-canada.ca/nouvelles/special/nouvelles/commandites/200504/14/004-commissionGomery.shtml>, (consulté le 17 janvier 2006).

Sans auteur

« Sondages BBM », http://www.bbm.ca/fr/donnees_sommaires.html, (consulté le 26 mars 2004).

Sans auteur

Radio-Canada, « Les Bougon : C'est aussi ça la vie ».

[http://www.radio-](http://www.radio-canada.ca/television/les_bougon_c_est_aussi_ca_la_vie/emission/index.asp)

[canada.ca/television/les_bougon_c_est_aussi_ca_la_vie/emission/index.asp](http://www.radio-canada.ca/television/les_bougon_c_est_aussi_ca_la_vie/emission/index.asp), (consulté le 9 août 2004).

Sans auteur

« Un site humoristique dévoile le visage des «vrais Bougon» », <http://www.branchez-vous.com/actu/04-01/08-135905.html>, (consulté le 19 janvier 2006).

Savoie-Zajc, Lorraine (2003). « L'entrevue semi-dirigée ». In Benoît Gauthier (dir.), *Recherche sociale: de la problématique à la collecte de données*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, p.293-316.

Seale, Clive (1999). *The Quality of Qualitative Research*. London: Sage Publications, 214p.

Severin, Werner J. et James W. Tankard (2001). *Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media*. 5th edition. Montréal: Longman, 411p.

Storey, John (2003). *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. 2nd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press, 176p.

Storey, John (1996). « Cultural Studies: an introduction ». In John Storey (ed.), *What is Cultural Studies? A Reader*. London: Arnold, p1-13.

Streeter, Thomas (1984). « An alternative approach to television research: Developments in British Cultural Studies at Birmingham ». In Willard D. Rowland, et Bruce Watkins (eds.), *Interpreting TV: current research perspectives*, vol.12, Beverly Hills: Sage, p. 74-97.

Thompson, Kenneth (1997). *Media and Cultural Regulation*. Coll. « Culture, Media and Identities ». London; Thousand Oaks: SAGE, in association with the Open University, 248p.

Winkin, Yves (2001). *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Paris : De Boeck Université/Seuil, 332p.

Woodward, Kathryn (1997). *Identity and Difference*. Coll. « Culture, Media and Identities ». London, Thousand Oaks: SAGE, in association with the Open University, 358p.

Annexes

Annexe 1 – Listes des personnes interrogées

1. Auteur X, rencontré le 23 mars 2005.
2. Auteur Y, rencontré le 22 mars 2005.
3. Odile, retraitée, 52 ans, rencontrée le 6 avril 2005.
4. Pierre, producteur délégué et réalisateur, rencontré le 27 avril 2005.
5. Boris, diplômé universitaire et employé de Vidéotron, 27 ans, rencontré le 3 mai 2005.
6. Simone, étudiante et employée de Via Rail, 26 ans, rencontrée le 10 mai 2005.
7. Élina, étudiante à la maîtrise, 28 ans rencontrée le 10 mai 2005.
8. Maurice, DES en études urbaines, 30 ans, rencontré le 11 mai 2005.
9. Bernard, informaticien, 36 ans, rencontré le 17 mai 2005.
10. Carlo, étudiant, 27 ans, rencontré le 22 juin 2005.
11. Julie, représentante d'une ONG, 30 ans, rencontrée le 27 juin 2005.
12. Raphaël, technicien en informatique, ancien assisté social, 31 ans, rencontré le 28 juin 2005.
13. Directrice de la programmation de Radio-Canada, rencontrée le 6 juillet 2005.

Annexe 2 – Grilles pour les entrevues semi-dirigées²⁴

Grille d'entrevue pour les auteurs, le producteur et le diffuseur

L'émission :

Limites de création : contraintes financières, institutionnelles, contenu, succès

De l'idée à la réalisation : le processus

Décision de produire les Bougon : processus de sélection, raisons

Lui et la production: comment ça s'est passé, collaboration, contraintes (général et Bougon)

Lui et la diffusion : comment ça s'est passé, collaboration, contraintes (général et Bougon)

Limites de création : contraintes financières, institutionnelles, contenu, succès

Collaboration entre les auteurs

Idee et message véhiculé par l'émission

Interprétation de l'émission et du contenu

Interprétation des thèmes et valeurs abordés

Catégorie, genre

L'auditoire :

À qui il s'adresse et qui l'écoute/ À qui Radio Canada s'adresse et qui l'écoute

Lui, son interprétation et celle du public

Les Bougon et l'humour : contenu, sujet, message de l'humour

Lui et la télévision

Personnages :

Lui et la création des personnages

²⁴ Il est important de mentionner que la grille d'entrevue représente un outil de travail qui est souple. En effet, je les ai modifiées et adaptées selon les personnes rencontrées et selon leurs réponses.

Caractéristiques, représentations et rôles des personnages

Humour :

Lui et l'humour

Lui, l'humour et le Québec

Les Bougon et l'humour : contenu, sujet, message de l'humour

Stratégies d'humour : contrôle

Limites de l'humour

Critique :

= Critique ? qui, quoi, pourquoi ?

Forme de la critique

Cadres de références, valeurs,

Lui et ses préoccupations (cadre de réf., valeurs, vision du monde et de la société)

Buts de Radio Canada concernant les Bougon

Le mandat de Radio Canada

Normes et règles (régulation)

Position politique personnelle et messages véhiculés dans l'émission

Informations personnelles

Grille d'entrevue pour les auteurs, le producteur et le diffuseur

Contexte d'écoute :

Où, comment, avec qui, ambiance

Émission :

Lui/elle et l'émission : définition, perception et interprétation de l'émission

Catégorie et genre

Réactions à l'émission

Ce que l'émission fait dans un contexte plus large

Cadre de référence, valeurs, interprétations...

Interprétation de l'émission et du contenu :

- Selon vous, de quoi parlent les Bougon ?
- Les Bougon c'est qui pour vous ?
- Que font les Bougon selon vous ? → C'est qui que les Bougon fourrent ?
- De qui parle cette émission ?
- Qu'est-ce que vous aimez dans cette émission ? Pourquoi ?
- Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans cette émission ? Pourquoi ?
- Qu'est-ce qui vous motive à regarder cette émission ? Pourquoi regardez-vous cette émission ? raisons ?
- Qu'est-ce qui distingue cette émission par rapport aux autres émissions de télévision ?

Interprétation des thèmes et valeurs abordés

Interprétation du message véhiculé par l'émission :

- Avez-vous un épisode préféré ? Lequel ? Pourquoi ?
- Selon vous, quel est le **message/idée** que cette émission véhicule ?
- Selon vous, comment faut-il interpréter « Les Bougon » ?
- Exemples : les produits du terroir, Rita Bougon devient Naturopathe, la lutte et l'eau (concurrence)

Réactions provoquées par l'émission

Personnages :

Caractéristiques, représentations et rôles des personnages

Auditoire :

À qui elle s'adresse-t-elle et qui l'écoute

Humour (Si il/elle me parle de l'aspect humoristique de l'émission):

Lui, l'humour et le Québec

Qualification et interprétation de l'humour dans l'émission

- Parlez moi un peu de l'humour de l'émission ?

Ce qui est drôle dans l'émission et ce qui ne l'est pas:

- Qu'est-ce qui vous fait rire dans cette émission ? personnages, stéréotypes
- Qu'est-ce qui ne vous fait pas rire dans l'émission ?

Les Bougon et l'humour : contenu, sujet et message de l'humour

Limites de l'humour

Cadre de référence, valeurs,....

Lui et ses préoccupations (cadre de réf., valeurs, vision du monde et de la société)

Informations personnelles

Annexe 3 – Denoncourt, Frédéric. « Affreux, sales et méchants », Voir, 15.01.2004.

<http://www.voir.ca/actualite/actualite.aspx?iIDArticle=29301>, consulté le 2.6.2004.

Affreux, sales et méchants

Frédéric Denoncourt

Rarement une série télévisée aura-t-elle suscité autant de réactions en si peu de temps. Sales, voleurs, fraudeurs, mal engueulés, alcooliques... LES BOUGON répondent à tous les stéréotypes de la famille d'assistés sociaux. Tandis que des groupes s'inquiètent des conséquences sociales néfastes de la série, l'auteur FRANÇOIS AVARD et le comédien RÉMY GIRARD défendent bec et ongles leur produit. Chaud débat.

"J'étais certain que ça allait créer une certaine controverse, il y a des gens qui réagissent à n'importe quoi de toute manière." Rencontré au restaurant de la Maison Radio-Canada entre deux entrevues, l'auteur de la déjà bien connue (après deux épisodes!) série télévisée *Les Bougon*, François Avard, paraissait tout de même complètement dépassé par le tourbillon médiatique dans lequel il était plongé. C'est que le mode de vie de ses Bougon, une famille d'un quartier pauvre vivant de fraude, vols et combines en tout genre, renvoie directement à toute une série de stéréotypes bien ancrés dans l'imaginaire collectif des Québécois à l'égard des assistés sociaux, une catégorie de citoyens essayant déjà son lot de préjugés et de quolibets. A-t-il voulu en rajouter et se moquer des "BS"? lui demande-t-on depuis des jours. Avard s'en défend avec force. "Si la série avait été dramatique, les gens l'auraient vue d'un tout autre œil, déplore-t-il. Quand tu fais de l'humour, tu utilises l'imaginaire collectif, qui est souvent nourri par les préjugés. C'est certain qu'on dresse un certain tableau de ces gens. Mais les Bougon, ce sont plutôt des anarchistes que des "BS", ils profitent du système, dont celui de l'aide sociale. Ce qu'ils ont à faire, c'est fourrer le système. Mais on caricature aussi les policiers, qui ne sont pas tous des bandits, et les chefs d'entreprises, qui ne sont pas tous des crosseurs."

Avard voulait aussi, poursuit-il, insuffler une bouffée d'air frais et trancher avec la mode actuelle des téléromans dans lesquels tous les personnages sont le plus souvent assez bourgeois, branchés et plutôt bien élevés, bien que souvent déchirés ou névrosés. "J'ai l'impression que la télévision nous présente toujours le même genre de monde. Un monde de fiction, mais un peu irréel. Il n'y a pas que des gens propres, beaux, qui ont des beaux chars, qui jouent au golf, et des filles avec des seins en silicone dans la vie. Je voulais donc écrire une fiction, mais proche d'une autre réalité, qui parle des vraies affaires. La famille Bougon est fuckée, mais les gens s'aiment. C'est marginal aujourd'hui, une famille qui s'aime."

Beaucoup de bruit pour rien

Les Québécois ont-ils l'épiderme trop sensible pour apprécier une telle fresque? "Je ne sais pas. Mais la série ne rit pas des assistés sociaux, et ne rira jamais d'eux! On fait le contraire; ce qu'on dénonce, c'est le système et ses faiblesses. Quand Paul Bougon dit qu'ils n'ont pas le temps de faire la vaisselle parce que dans les quartiers défavorisés, on

vit 11 ans moins vieux, est-ce qu'on rit des assistés sociaux? S'il y en a qui cherchent des tribunes politiques, ce n'est pas mon problème", enchaîne Rémy Girard, qui tient le rôle du patriarche dans la série. Le comédien comprend mal, lui aussi, que certains se scandalisent, il rappelle que de faire d'une famille de criminels des héros n'a rien de nouveau, et qu'on a vu bien pire avec le film *Le Parrain*. "Les Bougon sont une famille amoral, mais parfaitement fonctionnelle. Ils ont été exploités et ils se vengent. Papa Bougon a choisi la voie de l'anarchie. Ce n'est pas un exemple pour les enfants, c'est évident. La série nous nettoie quand même le subconscient parce que des fois, il se dit des choses que tous pensent tout bas sans le dire tout haut. Ce que j'aimerais, c'est que les gens se sentent pris entre deux feux, qu'ils disent: "

Ne risque-t-on pas tout de même d'accroître, même sans le vouloir, les préjugés à l'endroit des assistés sociaux? D'autant plus que le gouvernement en place ne semble pas très sympathique aux causes sociales... "S'il y a des gens, représentants d'assistés sociaux ou pas, qui prennent ça au premier degré en disant: , je leur réponds: ", martèle Girard.

"La série n'est pas là pour encourager les gens à faire des choses comme ça. C'est une fiction, mais il y a des choses qui sont vraies: quand on filmait, un gars du quartier nous a dit de tourner nos caméras de bord parce qu'il connaissait des gens qui recevaient des chèques de pension frauduleusement. Tous ceux qui sont assistés sociaux vont rire en regardant l'émission, c'est ça qu'on veut", continue Girard.

Une œuvre fictive, donc, mais s'attardant à dépeindre une certaine réalité, plus marginale, *Les Bougon* sont une caricature décapante d'un milieu social mais tout autant de la société dans son ensemble, insiste Avar. La série est une ode aux gens exploités par un système qui choisissent d'en sortir gagnants, en profitant de ses faiblesses. "Les Bougon ne sont plus victimes. Au fil des épisodes, on oublie que ce sont des crosseurs et on s'attache à eux. Malheureusement, la polémique en ce moment vient de ce que l'on n'a pas encore compris que les Bougon, ce sont des héros. Mais les gens sont intelligents, ils vont comprendre", enchaîne l'auteur.

L'inspiration

Des héros exploités qui se vengent contre l'État, les Bougon? Mais ils volent aussi des particuliers... "Attends! Ils volent une auto à un hostie de kid fatigant avec sa machine et ça nous fait tous jouir!" se défend Avar. Loin d'être subversive comme le prétendait un pRémyer diffuseur qui a refusé l'aventure, la série *Les Bougon* serait plutôt... éducative, au dire de son auteur. "Si les Bougon volent des pauvres, c'est par inadvertance", insiste l'auteur qui ne cache pas ses sympathies pour les causes sociales dans la vie de tous les jours. Il se dit, par exemple, parfaitement d'accord avec ceux qui ont posé récemment des fausses bombes en faveur du logement social dans Hochelaga-Maisonneuve. "Tant qu'ils ne tueront personne, cela fait passer le message beaucoup plus rapidement que toutes les conférences de presse du FRAPRU. C'est quasi terroriste comme action; *Les Bougon*, c'est la même chose."

Avar a lui-même déjà réalisé quelques coups d'éclat. Il a pris part, à la fin des années 90, au commando bouffe qui a investi le Reine-Élisabeth afin de faire main basse sur le buffet destiné aux dignitaires. "On a pris des bols de salade de macaroni, ce qui n'est pas très criminel. Tout le monde a été coffré par la police, dont moi. Ce n'était pas pour être délinquant, c'était pour manifester pour un peu plus de justice sociale. On nous a fait

signer un papier disant qu'on ne manifesterait plus; en fait, on veut empêcher les gens de se regrouper. On veut leur fermer la gueule."

Apologie du mode de vie bougon, alors? Avaré dit se rappeler ses années de vaches maigres, alors qu'il était pigiste, pas très riche, et qu'il vivait dans un petit appartement pas toujours très propre où on buvait de la bière à n'importe quelle heure... Tire-t-il de là son inspiration? L'auteur avoue sans détour être le plus souvent en accord avec la vision du monde des Bougon. "Je suis d'accord avec l'idée d'exprimer une révolte aussi fulgurante que celle des Bougon qui fourrent le système. Mais je ne ferais pas ça et ne dirais pas aux gens de fourrer le système. ils vont se faire pigner. Les Bougon n'agissent pas pour changer les choses; ils profitent des failles du système. En fait, mon message serait plutôt d'essayer de changer le système. Mais mettre en scène des personnages fictifs socialement engagés, ce serait assez plate...", conclut-il.

Annexe 4 - Coudé-Lord, Michèle (2005). «Les Bougon accusés de cruauté animale», *Journal de Montréal*, 18.02.2005.

Les Bougon accusés de cruauté animale

Michelle Coudé-Lord -Journal de Montréal

Le dernier épisode des *Bougon* où l'on voyait Junior tuer un chat et le déchiqueter a provoqué plus de cent plaintes à Radio-Canada hier et a mis en colère la SPCA. *Les Bougon* peuvent voler, rire de nos politiciens, se moquer des cols bleus et des gardiennes de la DPJ, mais pas tuer un chat!

Réponse de l'auteur François Avard: «Nous sommes tout de même une drôle de société. Dans ce même épisode, papa Bougon disait à maman que les hommes pensaient à d'autres femmes lorsqu'ils faisaient l'amour et personne ne réagit à cette tristesse. On dénonce des énormités, des faits de société et cela ne suscite aucun débat houleux, sauf lorsque Junior tue un chat. Ça me désole.»

François Avard et Jean-François Mercier, les auteurs des *Bougon*, se défendent bien d'avoir été sadiques en montrant Junior, qui venait de tuer un chat en s'assoyant dessus aux toilettes, dépecer la pauvre bête.

«Je voulais juste montrer un malaise extrême de Junior et jusqu'où il peut aller pour s'en sortir. C'est une réaction de Bougon», expliquait hier au Journal François Avard.

Avard et son matou

Sachez que ce dernier est le propriétaire d'un affectueux gros matou depuis dix ans. Quand il écrit ses textes, sa bête est souvent bien assise sur ses jambes, au point de lui donner mal au dos.

«La semaine prochaine, je dénonce le bénévolat parce que je suis contre cette forme de déresponsabilisation des gouvernements. J'espère une aussi grande réaction des gens», lance l'auteur.

Jamais la productrice de chez Aetios Fabienne Larouche, ironiquement allergique aux chats, n'a pensé un seul instant censurer cet épisode.

«Nous vivons vraiment dans une société où les animaux sont souvent mieux traités que les enfants», a-t-elle indiqué.

À la défense des *Bougon*

À Radio-Canada, on est conscient de la provocation des *Bougon*. Le chat a créé du mécontentement chez les téléspectateurs.

Les Bougon ont-ils atteint la limite dans cet épisode?

«Cette série est provocatrice et très audacieuse, donc nous assumons en tant que diffuseur qu'elle puisse choquer. Disons que la mort de ce chat, avec Junior ensanglanté, pouvait heurter. Nous en sommes conscients. Mais jamais il ne fut question de censurer *Les Bougon*», explique Marie-Josée LeBlanc, directrice des communications de la société d'État.

Les Bougon sont l'émission la plus populaire à la télévision québécoise, avec encore ce mercredi un auditoire de 2 291 000 téléspectateurs, selon les données BBM.

SPCA

À la SPCA, on ne se gêne pas pour dire que *Les Bougon* étaient allés trop loin et pouvaient donner de mauvaises idées aux déséquilibrés qui maltraitent les animaux.

Pierre Barnoti, le directeur de la SPCA, déplore la présentation d'un tel épisode des *Bougon*.

«Il y a quatre ans, des jeunes d'un mouvement gothique faisaient des messes noires et décapitaient des chats sur le mont Royal. Oui, la violence envers les animaux existe et la télévision n'a pas besoin d'en remettre», lance Pierre Barnoti.

Soirée de télé fort difficile pour le directeur de la SPCA puisque après *Les Bougon*, dans l'épisode de la populaire série *Minuit le soir*, plus d'un million de téléspectateurs ont assisté à la mort d'un autre chat, qui a reçu une bibliothèque sur le corps!

Drôle de coïncidence, la semaine dernière les émissions *Les Bougon* et *Minuit le soir* ridiculisaient les cols bleus et cette semaine elles tuaient chacune un chat.

<http://www2.canoe.com/artsetculture/actualites/television/archives/2005/02/20050218-070506.html>, consulté le 9 décembre 2005

Annexe 5 - Cousineau, Louise. « Petits Bougon à la télé, gros Bougon dans la vie ». *La Presse*, Arts et spectacles p.5, 13 janvier 2004.

Petits Bougon à la télé, gros Bougon dans la vie

Cousineau, Louise

Avouez qu'elle est bien bonne. Deux jours après la première des *Bougon*, ces fraudeurs à la petite semaine, on apprend que le fisc québécois s'apprête à épingler les fraudeurs à cravate. On va fouiller les dossiers d'assurance automobile, les informations sur les placements boursiers et l'évaluation foncière pour venir à bout des gens qui déclarent avoir de petits salaires et vivent quand même somptueusement.

Mon collègue Denis Lessard, qui nous apprenait la nouvelle samedi dernier, terminait son article sur le fait que le ministère des Finances compte " passer au peigne fin le coûteux programme de crédits d'impôt en recherche et développement, celui-là même qui a permis au populaire Doc Mailloux de mettre totalement à l'abri du fisc ses revenus annuels de 150 000 \$. Ces crédits d'impôt coûtent chaque année 600 millions aux contribuables. "

On sait que mercredi soir dernier, alors que le téléroman *Les Bougon* prenait son envol à Radio-Canada, le Doc Mailloux confessait aux *Franco-Tireurs* à Télé-Québec que l'impôt, c'était du vol.

Bref, pendant qu'on se demande si les Bougon sont des assistés sociaux ou pas, voilà qu'on s'attaque aux **gros Bougon** du système. Cela fait plaisir. Surtout au moment où les formulaires T4 s'apprêtent à bourrer nos boîtes aux lettres.

Car on ne peut pas regarder ce téléroman sans se mettre à penser à tous les " gros " qui s'en mettent plein les poches alors que le fisc vide les nôtres.

À commencer par la famille de notre nouveau premier ministre fédéral, Paul Martin, dont la compagnie Canada Steamship Lines a été enregistrée aux Bahamas pour payer moins d'impôts ici. Légalement.

On pense aussi au couple Charest-Weinberg, de Cinar, qui a réussi à ne payer que des amendes alors qu'il a fourré le système de subventions d'émissions de télévision. Aux dernières nouvelles, ces gens-là vivent encore dans leur château de Westmount et sont sans doute dans le Sud durant ces jours froids. Le Sud où a justement disparu une partie de leur argent.

Il est plaisant de regarder *Les Bougon* parce que: a) ces gens-là sont drôles et b) parce qu'ils sont encore pauvres, n'ayant pas réussi de grosses passes, sans doute par manque d'avocats bien branchés qui coûtent cher, comme chacun sait.

L'Héritage finit jeudi et... recommence lundi!

Décidément, ARTV ne nous privera pas de Victor-Lévy Beaulieu cette saison.

L'épisode final de *L'Héritage* a lieu jeudi. Et toute la série recommencera dès lundi prochain à 19 h.

Est-ce trop?

Les chaînes spécialisées américaines repassent continuellement de grandes séries-cultes. J'ai revu pendant des années les vieux épisodes de *Law & Order*, ceux avec Chris Noth, devenu le Mr. Big de Sarah Jessica Parker dans *Sex and the City*, à la chaîne A&E. Et voilà que c'est le tour de Bravo de les repasser et il m'arrive de les regarder encore de temps en temps à 13 h.

Victor-Lévy Beaulieu me disait l'autre jour qu'il reçoit plein de lettres de jeunes qui ont découvert *L'Héritage* cet automne à

ARTV. Il racontait aussi qu'Yves Desgagnés se faisait arrêter par des passants dans la rue qui le félicitaient de son extraordinaire interprétation de Junior.

Il faut dire que *L'Héritage* n'a pas vieilli d'une ride. Et que la diffusion en rafale quatre jours par semaine- du lundi au jeudi. trois fois par jour- facilite l'écoute.

En version originale, *L'Héritage* nous arrivait une fois par semaine. Comme l'action était plutôt lente, on s'imaginait pouvoir rater un épisode ou deux sans perdre le fil.

Or, on a redécouvert cette oeuvre grâce à la diffusion quotidienne. Sa richesse, sa grandeur et le fait que chaque semaine, un nouvel élément du puzzle nous était révélé. Mais la dose est infiniment meilleure à raison de quatre épisodes par semaine. Même que si la série existait en DVD, je m'organiserais une " gonnebitché " d'orgie télévisuelle!

Je parie que dès la semaine prochaine, à 11 h, 16 h ou 19 h, si je suis à la maison, je vais encore me laisser tenter par *L'Héritage*. Pas tous les jours, puisque ce n'est pas possible, mais je ne me lasse pas de cette oeuvre majeure sur les méfaits des traditions familiales auxquelles il est difficile d'échapper. Parce que, veux veux pas, on hérite forcément de nos parents. Et pas seulement de leur argent.

Annexe 6 - Routhier, Benoît. « Les Bougon brassent la cabane et les Québécois sont-ils des tarés ? » *CommerceMonde.com*, N°39, mars/mai 2004.

Les Bougon brassent la cabane et
Les Québécois sont-ils des tarés ?

La télésérie de **Radio-Canada** « Les Bougon » mérite le titre de «télésérie de l'année». Cette émission, de par le débat de société qu'elle a engendré, mérite tous les honneurs de 2004.

Enfin une télévision a osé sortir des sentiers battus et nous offrir en pâture une famille on ne peut plus marginale, en même temps que presque typique de, non seulement la société québécoise, mais je dirais occidentale et même mondiale. En effet, indiquez-moi un endroit sur cette terre où les gens n'essaient pas de «fourrer le système» comme on dit en bon Québécois !

D'accord il est impossible de trouver une famille aussi unanimement amoral et composée de « bums » qui ont décidé, en anarchistes qu'ils sont, de s'enrichir en dehors des cadres normaux acceptés par la bonne société.

Loin de moi l'idée que cette famille a raison d'agir comme elle le fait. Au contraire, j'espère seulement que la télésérie ouvrira les yeux à tout le monde et contribuera à faire en sorte que les personnes en autorité prennent des mesures qui conduiront à une diminution d'actes criminels comme ceux-là.

Ici je ne pense pas uniquement aux magouilles des petites gens, mais aussi à toutes celles d'une classe moyenne qui ne se prive pas de sauter sur une occasion d'échapper aux règles. Ça inclut tous ces gens qui travaillent au noir, entre autres.

Mais j'ai surtout présent à l'esprit les GROS Bougon, ceux qui «fuckent» le système au point de faire basculer l'économie mondiale. Je citerai des noms compris dans une lettre qu'un citoyen a envoyée au journal **LE SOLEIL** : les **Enron**, **Parmalat**, **Bre-X**, **Martha Stewart** ou **Cinar**. Mais on peut en ajouter plusieurs autres qui agissent en Bougon, mais légalement. Ici je pense à tous ces pdg d'entreprises paragonnementales qui se négocient des primes de départ tout à fait scandaleuses après, parfois, avoir conduit ces entreprises au bord du gouffre.

Tous nous sommes des Bougon, mais les Bougon en **Mercedes** sont les plus dangereux.

Les Québécois, des tarés ?

Oui, il y a des Bougon partout dans le monde. Mais si on s'en tient au territoire canadien, force est de constater que les Québécois qui occupent ou ont occupé des postes importants au gouvernement fédéral et qui ont «fucké» le système ou commis des gestes frôlant l'illégalité et certainement complètement amoraux, sont relativement nombreux.

Le plus bel exemple, nous le vivons présentement avec la scandale du programme des commandites.

Pratiquement toutes les personnes impliquées dans ce dossier sale sont des Québécois. Des Québécois qui occupaient ou occupent encore des postes de haute direction. Et l'avenir nous fera savoir probablement que des personnes encore plus haut dans la hiérarchie fédérale tiraient les ficelles au bout desquelles pendaient les marionnettes qui ont permis à des amis du régime de s'enrichir à coup de millions.

Quelle différence y a-t-il entre un président haïtien qui s'enrichit à même l'argent public et notre beau petit clan de Québécois qui ont détourné l'argent public vers des amis ? La différence c'est qu'ici personne ne sera obligé de s'exiler. Tous continueront de vivre ici et dans un grand luxe.

Ma foi, **Pierre Elliott Trudeau** avait raison quand, il y a des lustres de ça, bien avant qu'il ne devienne premier ministre, il disait que la façon des Québécois de faire de la politique c'est de faire du chantage et de se vendre au plus offrant...

Il ne faut pas se surprendre, après tout cela, que le ROC (*Rest of Canada*), devant le scandale des commandites, en soit venu à croire que c'est la façon des Québécois de faire de la politique !

Et si, un jour, à cause de ces abus répétés de Québécois aux commandes fédérales, le ROC décidait de nous rejeter en bloc et de s'opposer, dans tous les partis fédéraux, à la présence de Québécois à la tête de ces partis et, partant, du Canada ? Il ne faudra s'en prendre qu'à nous-mêmes qui n'avons pas eu le courage de mettre des grilles tout autour de ces abuseurs. Nous sommes beaucoup trop tolérants.

Annexe 7 – Formulaire de consentement pour les auteurs

Formulaire de consentement

Titre de l'étude : *La construction du sens dans les émissions d'humour à la télévision, au Québec. Le cas de l'émission "Les Bougon".*

Chercheure responsable : Fabienne Dumas, Université de Montréal

6784 de la Roche, Montréal, Québec, H2S 2E4

514-273 6884, [REDACTED]

Directrice responsable : Dominique Meunier, Université de Montréal

Département de communication, C.P. 6128, succ. Centre-ville, Montréal, Québec, H3C 3J7

514-343-6111 poste 2752, [REDACTED]

But de la recherche

Cette étude vise à mieux comprendre comment se construit le sens donné à une émission d'humour, notamment l'émission « les Bougon », à travers les pratiques d'encodage (émetteur) et de décodage (récepteur).

Implication du sujet dans la recherche :

Dans le cadre de cette recherche, il vous sera demandé de faire une entrevue d'environ une heure avec la chercheure, qui sera enregistrée électroniquement. Les questions porteront sur vos perceptions de l'émission.

Cette étude vous permettra d'exprimer vos réflexions et vos interprétations au sujet de l'émission. De plus, la discussion pourrait vous permettre de vous questionner sur le rôle que joue l'humour dans votre vie quotidienne.

La participation à cette recherche ne comporte aucun risque ou inconfort pour vous. Nous mettrons tout en œuvre pour que les entrevues se réalisent dans l'atmosphère la plus agréable possible.

Votre participation à cette recherche est entièrement volontaire et n'offrira aucune rémunération. Vous êtes libre de vous retirer sans préjudice en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous devez en aviser verbalement la chercheure. Vous serez avisé, tout au long de l'étude, de toute nouvelle information susceptible de vous faire reconsidérer votre décision de participer à l'étude.

Confidentialité

Je comprends que

- L'enregistrement de l'entretien ne sera pas diffusé sous forme audio.
- L'enregistrement de l'entretien sera retranscrit sous forme textuelle et conservé sous cette forme.
- Nous vous assurons que toutes les informations obtenues par les entrevues seront utilisées à des fins d'analyse et de recherche uniquement. Tous les propos directement rapportés dans le mémoire serviront à des fins académiques seulement. Votre nom et votre adresse ne seront pas retenus dans nos données. Nous retiendrons uniquement les informations concernant votre âge et votre sexe, car ces informations pourraient être pertinentes pour l'étude. **Cependant, votre anonymat ne pourra pas être assuré, car en tant qu'auteur de cette émission, vous êtes facilement identifiable.** C'est pourquoi, si vous le désirez, une fois la transcription terminée, une

copie du verbatim pourra vous être envoyée, et vous pourrez alors indiquer à Fabienne Dumas les passages de l'entretien dont vous refusez l'utilisation.

*Je,
déclare avoir pris connaissance des informations ci-dessus, et je consens librement à
prendre part à cette étude.*

Signature

du

*sujet.....Date.....
.....*

Annexe 8 – Formulaire de consentement pour les téléspectateurs

Formulaire de consentement

Titre de l'étude : *La construction du sens dans les émissions d'humour à la télévision, au Québec. Le cas de l'émission "Les Bougon".*

Chercheur responsable : Fabienne Dumas, Université de Montréal

6784 de la Roche, Montréal, Québec, H2S 2E4

514-273 6884, [REDACTED]

Directrice responsable : Dominique Meunier, Université de Montréal

Département de communication, C.P. 6128, succ. Centre-ville, Montréal, Québec, H3C 3J7

514-343-6111 poste 2752, [REDACTED]

But de la recherche

Cette étude vise à mieux comprendre comment se construit le sens donné à une émission d'humour, notamment l'émission « les Bougon », à travers les pratiques d'encodage (émetteur) et de décodage (récepteur).

Implication du sujet dans la recherche :

Dans le cadre de cette recherche, il vous sera demandé de faire une entrevue d'environ une heure avec la chercheuse, qui sera enregistrée électroniquement. Les questions porteront sur vos perceptions de l'émission.

Cette étude vous permettra d'exprimer vos réflexions et vos interprétations au sujet de l'émission. De plus, la discussion pourrait vous permettre de vous questionner sur le rôle que joue l'humour dans votre vie quotidienne.

La participation à cette recherche ne comporte aucun risque ou inconfort pour vous. Nous mettrons tout en œuvre pour que les entrevues se réalisent dans l'atmosphère la plus agréable possible.

Vous ne pouvez pas participer à cette étude si vous avez moins de 18 ans.

Votre participation à cette recherche est entièrement volontaire et n'offrira aucune rémunération. Vous êtes libre de vous retirer sans préjudice en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous devez en aviser verbalement la chercheuse. Vous serez avisé, tout au long de l'étude, de toute nouvelle information susceptible de vous faire reconsidérer votre décision de participer à l'étude.

Confidentialité

Je comprends que

- L'enregistrement de l'entretien ne sera pas diffusé sous forme audio.
- L'enregistrement de l'entretien sera retranscrit sous forme textuelle et conservé sous cette forme.
- Nous vous assurons que toutes les informations obtenues par les entrevues seront traitées de façon anonyme et confidentielle. Votre nom et votre adresse (ou tout autre élément permettant de vous identifier) ne seront pas retenus dans nos données. Nous retiendrons uniquement les informations concernant votre âge, votre sexe et votre statut social, car ces informations pourraient être pertinentes pour l'étude. Seules la chercheuse principale et la directrice de recherche prendront connaissance des renseignements que vous avez donnés. De plus, les

informations de nature nominative et confidentielle ne seront pas transmises à d'autres personnes ou organismes.

*Je,
déclare avoir pris connaissance des informations ci-dessus, et je consens librement à
prendre part à cette étude.*

*Signature
du*

*sujet.....Date.....
.....*